

**ANALISIS PENGARUH Keadilan
INTERAKSIONAL, Keadilan PROSEDURAL
DAN Keadilan DISTRIBUTIF TERHADAP
KEPUASAN ATAS PENANGANAN KELUHAN
PELANGGAN**

**(Studi Kasus “Surat Kilat Khusus” di PT. POS INDONESIA
Kantor Pos Semarang, Jawa Tengah)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat guna
Memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

**Oleh :
PRI HEMA MALINI
NIM: C4A001191**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2003**

UPT-PUSTAK-UNDIP

**ANALISIS PENGARUH KEADILAN
INTERAKSIONAL, KEADILAN PROSEDURAL
DAN KEADILAN DISTRIBUTIF TERHADAP
KEPUASAN ATAS PENANGANAN KELUHAN
PELANGGAN**

**(Studi Kasus “Surat Kilat Khusus” di PT. POS INDONESIA
Kantor Pos Semarang, Jawa Tengah)**



TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat guna
Memperoleh derajat sarjana S-2 Magister Manajemen
pada Program Studi Magister Manajemen Universitas Diponegoro**

**Oleh :
PRI HEMA MALINI
NIM: C4A001191**

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2003**

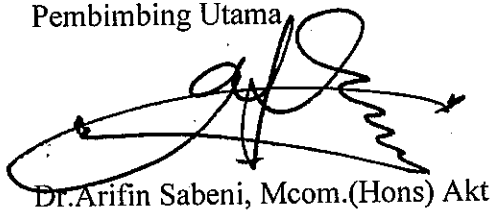
PENGESAHAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa tesis berjudul:

**ANALISIS PENGARUH KEADILAN INTERAKSIONAL,
KEADILAN PROSEDURAL DAN
KEADILAN DISTRIBUTIF TERHADAP KEPUASAN
ATAS PENANGANAN KELUHAN PELANGGAN
(Studi Kasus “Surat Kilat Khusus” di PT. POS INDONESIA
Kantor Pos Semarang, Jawa Tengah)**

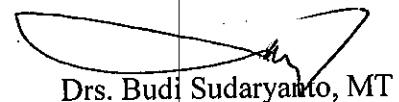
Yang disusun oleh Pri Hema Malini, NIM C4A001191
Telah disetujui untuk dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 14 Mei 2003

Pembimbing Utama



Dr. Arifin Sabeni, Mcom.(Hons) Akt

Pembimbing Anggota



Drs. Budi Sudaryanto, MT

Semarang, 14 Mei 2003
Universitas Diponegoro
Program Pasca Sarjana
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program



Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo

ABSTRACT

Customer often reacts strongly to service failure, therefore it is critical that an organization's recovery effort should be strong and effective. Customer complaint handling is a strategy used by the organization to resolve and learn from service failures in order to redevelop the reliability of organization before the customers. Complaint handling can be seen as a sequence of events in which a procedure, that starts with communicating the complaint, generates a process of interaction where a decision and outcome occurs.

This research has been conducted to find the impact of the interactional justice, procedural justice and distributive justice toward satisfaction with customer complaint handling. This research is a case study towards customers of 'Surat Kilat Khusus' who have submitted their complaints to PT. POS INDONESIA, Jl. Pemuda No :4 Semarang, Central Java. The data collection is performed through survey method with a total number of 94 respondent. Primary data used in the study is acquired by using formerly tested validity and reliability questionnaires. The technique of analysis is using regression that is used to examine four hypothesis that has been develop.

The result of the research indicates that interactional justice, procedural justice and distributive justice variabels have positif and significant influence toward satisfaction of customer complaint handling variabels, not only individually but also simultaneously. In order to increase the satisfaction of customer complaint handling variabels, management of PT. POS INDONESIA is required to concentrate its efforts according to the following variabels : interactional justice, procedural justice and distributive justice.

ABSTRAKSI

Pelanggan seringkali memberikan reaksi yang keras pada kegagalan pelayanan, oleh karena itu sangatlah penting bagi perusahaan untuk melakukan usaha perbaikan yang serius dan efektif. Penanganan keluhan pelanggan merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk memperbaiki dan belajar dari kegagalan pelayanan yang bertujuan untuk memperbaiki reliabilitas perusahaan dimata pelanggan. Penanganan keluhan pelanggan dapat digambarkan sebagai rangkaian kejadian dimana suatu prosedur yang dimulai dengan mengkomunikasikan keluhan, menghasilkan suatu proses interaksi dimana pada akhirnya keputusan dapat diambil dan kesalahan tersebut dapat diperbaiki.

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis pengaruh keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Penelitian ini merupakan studi kasus terhadap para pengguna jasa 'Surat Kilat Khusus' yang sudah pernah memberikan keluhan pada PT. POS INDONESIA, Jl. Pemuda No :4 Semarang, Jawa Tengah. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan metode survei dengan jumlah sampel sebanyak 94 responden. Data primer yang digunakan untuk penelitian ini diperoleh dengan menggunakan daftar pertanyaan yang sebelumnya telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis dengan menggunakan regresi yang digunakan untuk menguji 4 hipotesis yang telah dikembangkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif baik secara sendiri-sendiri maupun secara bersamaan terbukti mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dengan demikian maka untuk meningkatkan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan, manajemen PT. POS INDONESIA perlu untuk melakukan upaya-upaya peningkatan sesuai dengan variabel : keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil Alammin,.....

Segala puji syukur kupanjatkan kehadirat Allah SWT, berkenaan dengan segala rahmat dan ridhoNya, akhirnya dapat terselesaikan penyusunan tesis ini dengan lancar sehingga dapat diajukan sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada program studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro di Semarang.

Penelitian pada tesis ini mengambil topik mengenai peningkatan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan di PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang, melalui faktor keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif.

Dalam kesempatan ini, dengan hati yang berbahagia saya ingin mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada :

1. Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo, selaku Direktur Program Studi Magister Manajemen, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.
2. Dr. Arifin Sabeni, MCom (Hons) Akt, selaku pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama penyusunan tesis ini.
3. Drs.Budi Sudaryanto, MT, selaku pembimbing anggota yang telah memberikan masukan, kritik dan saran selama penyusunan tesis ini.
4. Dr. Indah Susilowati dan Dr. Syafrudin B. yang telah meluangkan waktunya untuk memberi petunjuk dan mengarahkan saya dalam rangka penyempurnaan tesis ini

5. Para staf pengajar Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang yang melalui kegiatan belajar mengajar telah memberikan suatu dasar pemikiran analitis dan pengetahuan yang lebih baik.
6. Bapak M.David Effendi dari pihak PT.POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan data dalam penulisan tesis ini.
7. Keluarga, yang telah memberikan kesempatan dan dukungan baik secara moril maupun spiritual kepada penulis.
8. Suamiku tercinta Adi Aryanto, MBM yang selalu menemani dan menjadi sumber inspirasi dalam menyelesaikan tesis ini.
9. Teman-teman angkatan XVI kelas sore-A dan semua pihak yang telah memberikan bantuan dan semangat sehingga dapat menyelesaikan tesis ini.

Semoga semua bantuan yang telah saya terima tersebut mendapatkan balasan yang berlipat dari Allah SWT. Akhir kata, teriring harapan semoga tesis ini dapat bermanfaat meskipun saya menyadari sepenuhnya bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna.

Semarang, 1 Mei 2003



Pri Hema Malini

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Sertifikasi.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Abstract.....	iv
Abstraksi.....	v
Kata Pengantar.....	vi
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran	xiv
 BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.4 Sistematika Tesis	10
 BAB II TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL	
2.1 Telaah Pustaka	11
2.1.1 Keadilan Interaksional	11

2.1.2	Keadilan Prosedural	13
2.1.3	Keadilan Distributif.....	15
2.1.4	Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan	17
2.2	Penelitian Terdahulu.....	22
2.3	Hubungan Penelitian ini dengan Penelitian Terdahulu	26
2.4	Pengembangan Model Penelitian	27
2.4.1	Kerangka Pemikiran Teoritis	27
2.4.2	Hipotesis Penelitian.....	28
2.5	Definisi dan Dimensionalisasi Variabel	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Pendahuluan	34
3.2	Jenis dan Sumber Data Penelitian	34
3.2.1	Data Primer.....	34
3.2.2	Data Sekunder.....	35
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.3.1	Populasi	35
3.3.2	Sampel	36
3.4	Metode Pengumpulan Data	38
3.5	Teknik Analisis Data	39
3.5.1	Uji Validitas.....	40
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	41

3.5.3	Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	42
3.5.3.1	Uji Multikolinieritas.....	42
3.5.3.2	Uji Autokorelasi.....	43
3.5.3.3	Uji Heteroskedastisitas.....	44
3.5.4	Analisis Regresi.....	46
3.5.5	Uji Hipotesis.....	47

BAB IV ANALISIS DATA

4.1	Pendahuluan.....	51
4.2	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
4.3	Karakteristik Responden	55
4.3.1	Responden Menurut Jenis Kelamin.....	56
4.3.2	Responden Menurut Umur.....	56
4.3.3	Responden Menurut Status Perkawinan.....	57
4.3.4	Responden Menurut Pendidikan.....	58
4.3.5	Responden Menurut Pekerjaan.....	58
4.3.6	Responden Menurut Pendapatan.....	59
4.4	Hasil dan Pembahasan.....	60
4.4.1	Uji Validitas....	61
4.4.2	Uji Reliabilitas	63
4.4.3	Uji Penyimpangan Asumsi Klasik.....	64
4.4.3.1	Uji Multikolinieritas.....	64
4.4.3.2	Uji Autokorelasi.....	65

4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas.....	66
4.4.4 Analisis Regresi.....	67
4.4.5 Pengujian Hipotesis.....	69
4.4.5.1 Pengujian Hipotesis Pertama (H1).....	70
4.4.5.2 Pengujian Hipotesis Kedua (H2).....	72
4.4.5.3 Pengujian Hipotesis Ketiga (H3).....	73
4.4.5.4 Pengujian Hipotesis Keempat (H4).....	74

BAB V SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Simpulan	76
5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian.....	78
5.3 Implikasi Teoritis.....	79
5.4 Implikasi Kebijakan Manajerial.....	82
5.5 Keterbatasan Penelitian.....	86
5.6 Agenda Penelitian Mendatang.....	86
Daftar Referensi.....	88
Lampiran-lampiran	
Daftar Riwayat Hidup	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Jumlah Keluhan Pelanggan Tahun 2001-2002.....	3
Tabel 1.2 Data Jenis Keluhan Pelanggan Tahun 2002.....	4
Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu	23
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4.2 Umur Responden	57
Tabel 4.3 Status Perkawinan Responden.....	57
Tabel 4.4 Pendidikan Responden	58
Tabel 4.5 Pekerjaan Responden	59
Tabel 4.6 Pendapatan Responden	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas dengan Pearson Correlation.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	65
Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Park.....	67
Tabel 4.12 Ringkasan Hasil Estimasi Regresi.....	68

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	28
Gambar 2.3 Dimensionalisasi Variabel Keadilan Interaksional. ...	30
Gambar 2.4 Dimensionalisasi Variabel Keadilan Prosedural.....	31
Gambar 2.5 Dimensionalisasi Variabel Keadilan Distributif.....	32
Gambar 2.6 Dimensionalisasi Variabel Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan.....	32
Gambar 4.1 Catur Sukses Sapta Pedoman.....	52

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2 Design Instrumen Penelitian.....	99
Lampiran 3 Data Responden Pelanggan.....	102
Lampiran 4 Data Asli Penelitian.....	105
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Keadilan Interaksional dengan Pearson Correlation.....	109
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas Variabel Keadilan Prosedural dengan Pearson Correlation.....	110
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Variabel Keadilan Distributif dengan Pearson Correlation.....	111
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan dengan Pearson Correlation.....	112
Lampiran 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keadilan Interaksional.....	113
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keadilan Prosedural.....	114
Lampiran 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keadilan Distributif.....	115
Lampiran 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan.....	116
Lampiran 13 Hasil Uji Reliabilitas Pool.....	117
Lampiran 14 Hasil Analisis Regresi.....	118
Lampiran 15 Hasil Uji Multikolinieritas.....	119
Lampiran 16 Hasil Uji Autokorelasi.....	121

Lampiran 17	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	122
Lampiran 18	Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Park.....	123
Lampiran 19	Hasil Uji Normalitas.....	125
Lampiran 20	Tabel Frekuensi.....	126
Lampiran 21	Tabel r.....	129
Lampiran 22	Tabel t.....	130
Lampiran 23	Tabel F.....	131

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan yang ketat disertai dengan perubahan yang terus-menerus membuat perusahaan-perusahaan sulit untuk meningkatkan jumlah pelanggannya. Pada kondisi pasar sekarang ini, terlalu banyak produk dan jasa dengan berbagai keunggulan dan nilai lebih yang ditawarkan oleh pesaing, hal ini membuat perusahaan sulit untuk merebut pangsa pasar pesaing. Para pelanggan telah semakin agresif dan maju dalam permintaan-permintaan mereka, bukan hanya sekedar kualitas produk yang superior yang diinginkannya tetapi juga pelayanan pelanggan yang cepat tanggap (Elizabeth Lucky, 2000, p.39).

Menurut Reichheld dan Sasser (1990, p.107), pelanggan sangat menentukan kelangsungan hidup dari perusahaan. Oleh karena itu pelanggan harus dipelihara dengan cara menciptakan hubungan pelanggan yang baik dalam waktu jangka panjang. Diharapkan dengan adanya pemeliharaan hubungan pelanggan secara lebih optimal, dapat meningkatkan kinerja perusahaan yang berkelanjutan. Salah satu cara efektif yang dapat dilakukan oleh perusahaan untuk memelihara hubungan dengan pelanggan adalah dengan memberikan penanganan yang baik atas keluhan yang diberikan pelanggan. Dampak dari hubungan pelanggan yang terjalin dengan baik adalah adanya perilaku setia yang diberikan oleh pelanggan terhadap perusahaan, sedangkan bagi pihak perusahaan hal ini akan berdampak pada rendahnya pergantian

UPT-PUSTAK-UNDIP

pelanggan sehingga dapat menghasilkan keuntungan yang cukup besar dan pada akhirnya dapat mempengaruhi stabilitas perusahaan.

Penanganan keluhan pelanggan merupakan strategi yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk memperbaiki dan belajar dari kesalahan pelayanan yang bertujuan untuk membuktikan reliabilitas perusahaan dimata pelanggan (Hart, Heskett dan Sasser, 1990,p.148).

Demikian juga halnya yang terjadi dengan para pelanggan di PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang. Sebagai badan usaha, PT.POS INDONESIA tidak terlepas dari kecenderungan yang terjadi dalam dunia bisnis. Semakin tumbuh sebuah perusahaan semakin nyata kendala-kendala yang dihadapinya, misalnya adalah tuntutan konsumen yang semakin beragam. Para pelanggan memberikan evaluasi terhadap pelaksanaan pelayanan yang diberikan. Seringkali, dampak dari evaluasi tersebut adalah adanya ketidakpuasan dari pelanggan, dimana harapan yang diinginkannya tidak sesuai dengan kenyataan yang diterima. Ketidakpuasan tersebut diwujudkan dengan keluhan pelanggan yang disampaikan ke perusahaan, yang perlu untuk ditindaklanjuti dengan serius agar tidak ditinggalkan oleh para pelanggannya.

Dari survei pendahuluan (*pra-survey*) yang telah dilakukan di PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang yang beralamatkan di Jl. Pemuda No.4 Semarang, didapatkan data jumlah keluhan pelanggan pengguna jasa pengiriman “surat kilat khusus” dalam jangka waktu dua tahun terakhir (2001-2002), seperti yang terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Data Jumlah Keluhan Pelanggan
Tahun 2001-2002

Bulan Tahun	2001	2002
Januari	117	127
Februari	102	127
Maret	109	122
April	104	124
Mei	115	125
Juni	91	113
Juli	131	150
Agustus	113	143
September	100	135
Oktober	121	154
Nopember	74	101
Desember	97	111
TOTAL	1274	1531

Sumber: PT.POSINDO, Kantor Pos Semarang.

Berdasarkan Tabel 1.1, terlihat bahwa jumlah pelanggan pengguna jasa pengiriman “surat kilat khusus” yang pernah memberikan keluhan pada PT. POS NDONESIA, Kantor Pos Semarang pada tahun 2002 adalah sebanyak 1531 pelanggan dan pada tahun 2001 sebanyak 1274 pelanggan. Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa jumlah keluhan pada tahun 2002 mengalami peningkatan sebesar 20.17% dibandingkan dengan tahun 2001. Dari Tabel 1.1 juga dapat dilihat adanya peningkatan jumlah keluhan pelanggan pada tiap bulannya pada tahun 2002 dibandingkan dengan tahun 2001.

Tabel 1.2 memperlihatkan adanya jumlah keluhan pelanggan berdasarkan jenis keluhan pelanggan dan jumlah persentasenya. Pada tahun 2002, jumlah total keluhan pelanggan sebanyak 1531 pelanggan, dengan perincian: jenis keluhan surat

terlambat sebesar 95% (1455 pelanggan), jenis keluhan surat rusak sebesar 3.75% atau sebanyak 57 pelanggan, dan yang terakhir adalah jenis keluhan karena surat hilang sebesar 1.25% (19 pelanggan). Banyaknya jumlah keluhan pelanggan tersebut menunjukkan bahwa tingkat pelayanan yang telah diberikan oleh PT. POS INDONESIA Kantor Pos Semarang kepada pelanggan belum dapat dilakukan secara optimal.

Tabel 1.2
Data Jenis Keluhan Pelanggan
Tahun 2002

Jenis Keluhan Keterangan	Terlambat	Rusak	Hilang	TOTAL
Jumlah	1455	57	19	1531
Persentase	95%	3.75%	1.25%	100%

Sumber: PT.POSINDO, Kantor Pos Semarang, 2002.

Dengan adanya keluhan pelanggan yang meningkat dibandingkan pada tahun sebelumnya di PT. POS INDONESIA Kantor Pos Semarang, maka perusahaan perlu melakukan strategi penanganan keluhan pelanggan agar permasalahan yang ada dapat diselesaikan dengan baik. Hal ini dikarenakan strategi penanganan keluhan pelanggan merupakan hal terpenting yang dapat dilakukan di dalam membangun hubungan pelanggan. Banyak perusahaan yang memfokuskan diri pada penanganan keluhan pelanggan, karena hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan (Tax, Brown dan Chandrashekar, 1998,p.60).

Selanjutnya berdasarkan penelitian dari Smith, Bolton dan Wagner (1999,p.358), bahwa kepuasan pelanggan atas penanganan keluhan ini terdiri dari 3 (tiga) dimensi keadilan yang diterimanya dari perusahaan, yaitu: keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif.

Keadilan interaksional adalah keadilan yang berhubungan dengan perlakuan interpersonal yang diterima pelanggan selama prosedur pengaduan tersebut berlangsung (Gilliland, 1993,p.695). Keadilan interaksional ini menggambarkan aspek dari: kesopanan (*politeness*), kepedulian (*empathy*) dan kejujuran (*honesty*) selama proses pengaduan, seperti menyediakan penjelasan (*explanation*) dan usaha (*effort*) yang berarti dalam mencairkan konflik yang terjadi.

Keadilan prosedural adalah keadilan yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada (Lind dan Tyler (1988) dalam Tax, Brown dan Chandrashekar, 1998, p.62). Keadilan prosedural ini menggambarkan aspek dari: kontrol proses (*proses control*), kontrol keputusan (*decision control*), kemudahan yang dicapai (*accessibility*), kecepatan (*timing/speed*) dan kemudahan menyesuaikan (*flexibility*) yang bertujuan untuk menyelesaikan konflik sebagai cara untuk mendorong kelanjutan hubungan produktif diantara pihak-pihak yang berselisih.

Keadilan distributif adalah keadilan yang berhubungan dengan hasil keputusan penyelesaian atas penanganan keluhan pelanggan (Kelley, Hoffman dan Davis, 1993,p.439). Keadilan ini menggambarkan aspek dari : koreksi pada harga

(*corrections of charges*), penggantian biaya (*refunds*), perbaikan (*repairs*), kredit (*credit*), penggantian barang (*replacement*), dan permintaan maaf (*apologies*).

Penanganan keluhan yang efektif dapat memberikan peluang untuk mengubah pelanggan yang tidak puas menjadi pelanggan yang puas ataupun bahkan menjadi pelanggan abadi. Proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh. Disamping itu keterlibatan manajemen puncak dalam menangani keluhan pelanggan juga memberikan dampak positif, hal ini disebabkan karena pelanggan lebih suka berurusan dengan orang-orang yang memiliki kekuasaan atau wewenang untuk mengambil keputusan dan tindakan untuk memecahkan masalah mereka. Daya tanggap atas penanganan keluhan pelanggan tidak hanya merupakan suatu pemecahan masalah pelanggan, tetapi juga dapat menyediakan kesempatan untuk pengembangan produk, pemeliharaan pangsa pasar dan mendorong tingkat kesetiaan pelanggan (Mitchell, 1993,p.21).

Kepuasan terhadap penanganan keluhan dapat menjadi mediator yang menghubungkan persepsi terhadap dimensi keadilan dengan perilaku dan sikap keluhan pelanggan. Konsekuensi dari sikap dan perilaku kepuasan pelanggan memainkan peran penting dalam kelangsungan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan. Disamping itu kepuasan pelanggan juga mempengaruhi penjualan pada perusahaan, karena setiap pelanggan yang merasa puas atas penanganan keluhan yang diberikan maka suatu saat akan kembali untuk melakukan

pembelian ulang pada perusahaan yang bersangkutan (Tax, Brown dan Chandrashekar, 1998,p.64).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penelitian ini berusaha untuk menggabungkan konsep-konsep dari keadilan interaksional, keadilan prosedural, keadilan distributif dan pengaruhnya terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan pada PT. POS INDONESIA Kantor Pos Semarang, sebagai salah satu badan usaha yang memberikan pelayanan kepada masyarakat kota Semarang dan sekitarnya sebagai penyedia jasa dalam pengiriman "surat kilat khusus". Adapun pemilihan PT. POS INDONESIA sebagai obyek penelitian, karena PT POS INDONESIA mengemban misi sosial yang sudah lama dirasakan manfaatnya oleh masyarakat luas dan menjadi pelopor dalam membuka keterisolasian daerah baik dibidang komunikasi maupun distribusi barang dan jasa. Untuk itu, segala aktivitas perusahaan harus dapat diarahkan kepada peningkatan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat.

1.2 Perumusan Masalah

Dengan adanya peningkatan jumlah keluhan pelanggan di tahun 2002 (1531 pelanggan) dibandingkan dengan tahun 2001 (1274 pelanggan) yang meningkat sebesar 20.17%, maka PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang perlu untuk mengetahui dan memahami faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dengan berdasarkan pada latar belakang penelitian dan penelitian-penelitian terdahulu yang telah dilakukan, bahwa terdapat

beberapafaktor yang dapat mempengaruhi kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan, yaitu: keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif. Untuk itu perumusan masalah yang dapat diperoleh pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh keadilan interaksional yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.
2. Apakah terdapat pengaruh keadilan prosedural yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.
3. Apakah terdapat pengaruh keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.
4. Apakah terdapat pengaruh keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif yang dilakukan secara bersama-sama oleh perusahaan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh keadilan interaksional yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh keadilan prosedural yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

3. Untuk menganalisis pengaruh keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.
4. Untuk menganalisis pengaruh keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif secara bersama-sama yang dilakukan oleh perusahaan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan *secara teoritis*, diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan tambahan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.
2. Kegunaan *secara praktis*, diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi PT. POS INDONESIA Kantor Pos Semarang, dalam meningkatkan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan melalui pemberian keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif.
3. Diharapkan dapat di gunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian lebih lanjut.

1.4 Sistematika Tesis

Pada dasarnya penyusunan tesis ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab akan saling berhubungan dan menjelaskan masalah-masalah dalam penelitian ini. Secara ringkas isi dari masing-masing bab adalah sebagai berikut:

1. Bab I merupakan pendahuluan yang berisi mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta outline tesis.
2. Bab II berisi tentang telaah pustaka untuk menjustifikasi terhadap model dan hipotesis yang diajukan, penelitian terdahulu, hubungan penelitian ini dengan penelitian terdahulu, model penelitian yang disajikan dalam gambar, hipotesis penelitian, definisi dan dimensionalisasi variabel.
3. Bab III memuat tentang metode penelitian yang menjabarkan jenis dan sumber data, populasi dan sampel, metode pengumpulan data dan teknik analisis data.
4. Bab IV berisi tentang gambaran umum obyek penelitian, karakteristik responden, hasil dan pembahasan dan pengujian hipotesis.
5. Bab V memuat tentang simpulan, kesimpulan masalah penelitian, implikasi teoritis, implikasi kebijakan manajerial, keterbatasan penelitian dan agenda penelitian mendatang.

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN MODEL PENELITIAN

2.1 Telaah Pustaka

Bab II ini menggambarkan telaah pustaka berdasarkan hasil-hasil penelitian sebelumnya dan pengembangan model penelitian, yang dapat digunakan untuk mendukung hipotesis penelitian yang diajukan.

2.1.1 Keadilan Interaksional

Keadilan interaksional adalah dimensi pertama dari keadilan. Menurut Gilliland (1993,p.695) keadilan interaksional adalah perlakuan interpersonal yang diterima pelanggan selama prosedur pengaduan berlangsung, keadilan interaksional ini menggambarkan aspek dari kesopanan, kepedulian dan kejujuran selama proses pengaduan, seperti menyediakan penjelasan dan usaha yang berarti dalam mencairkan konflik yang terjadi. Bies dan Saphiro (1987) dalam Tax, Brown dan Chandrashekar (1998,p.62), bahwa faktor interaksional membantu menjelaskan mengapa seseorang merasa diperlakukan tidak adil, meskipun mereka akan menggambarkan prosedur pengambilan keputusan dan hasil yang adil. Beberapa penelitian mengindikasikan bahwa aspek komunikasi antara pelanggan dan karyawan/pimpinan (Goodwin dan Ross, 1992,p.151) merupakan usaha untuk menyelesaikan konflik atau perselisihan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Mohr dan Bitner, 1995,p.240). Penelitian mengenai kualitas pelayanan

(Parasuraman, Zeithaml dan Berry, 1988) dan penanganan keluhan (Blodgett, Hill dan Tax, 1997) mendukung peranan penting dari keadilan interaksional dalam pengambilan keputusan.

Lebih lanjut dijelaskan oleh Blodgett, Wakefield dan Barnes (1995,p.35) jika pada saat pelanggan merasa tidak puas, maka faktor yang menentukan perilaku pelanggan yang berikutnya adalah apakah pelanggan diperlakukan dengan sopan dan hormat. Pelanggan yang merasa bahwa mereka ditawarkan penyelesaian dengan adil dan diperlakukan dengan sopan dan hormat, kemudian akan berperilaku menangkai penyebaran isu dan melanjutkan hubungan dengan perusahaan untuk menjadi pelanggan yang loyal, sebaliknya pelanggan yang merasa tidak diperlakukan dengan adil akan berperilaku menyebarkan isu dan menghentikan hubungan dengan perusahaan.

Penelitian marketing tentang perilaku organisasi dan psikologi sosial memberikan pengetahuan tentang lima elemen penting dalam keadilan interaksional yaitu: kejelasan (*explanation*), kejujuran (*honesty*), kesopanan (*politeness*), usaha (*effort*) dan kepedulian (*empathy*). Keadilan interpersonal menggambarkan aspek kesopanan, kepedulian dan kejujuran selama proses pengaduan, seperti menyediakan penjelasan dan usaha yang berarti dalam menyelesaikan konflik/perselisihan yang terjadi. Dalam penelitiannya Tax, Brown dan Chandrashekar (1998,p.72), mengatakan bahwa keadilan interaksional berpengaruh positif terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

Sementara itu Smith, Bolton dan Wagner (1999,p.366), berdasarkan hasil penelitiannya juga mengemukakan bahwa keadilan interaksional yang dilakukan oleh perusahaan jasa (pada restoran dan hotel) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelayanan encounter yang diterima oleh pelanggan.

2.1.2 Keadilan Prosedural

Meskipun banyak penelitian yang menitikberatkan tentang keadilan secara umum, ada beberapa penelitian yang memfokuskan diri pada keadilan prosedural. Lind dan Tyler (1988) dalam Tax, Brown dan Chandrashekar (1998, p.62) mendefinisikan keadilan prosedural sebagai keadilan yang dapat dirasakan pelanggan sebagai proses dimana pada akhirnya permasalahan dapat diselesaikan. Konsep dalam keadilan prosedural adalah pelanggan diberi kesempatan untuk menceritakan permasalahan yang dihadapi dan perusahaan memberikan penjelasan yang dapat diterima oleh pelanggan. Dijelaskan oleh Greenberg (1990,p.11), keadilan prosedural sangatlah penting karena bertujuan untuk menyelesaikan konflik, sebagai cara untuk mendorong kelanjutan hubungan produktif diantara pihak-pihak yang berselisih, terutama pada saat hasilnya tidak memuaskan bagi satu pihak ataupun bagi kedua belah pihak

Tax, Brown dan Chandrashekar (1998,p:63), menggambarkan lima elemen penting pada keadilan prosedural yang diidentifikasi dalam bidang hukum, pemasaran, psikologi dan literatur organisasi yang merupakan bagian penting untuk mengevaluasi keluhan. Lima elemen yang digunakan dalam penelitiannya adalah:

kontrol proses (*proses control*), kontrol keputusan (*decision control*), kemudahan yang dicapai (*accessibility*), kecepatan (*timing/speed*) dan kemudahan menyesuaikan (*flexibility*). Berbagai elemen itu secara bersama-sama menyatakan bahwa prosedur penanganan keluhan yang adil adalah harus mudah diakses, menyediakan unsur kontrol bagi para pelanggan yang menyampaikan keluhan, fleksibel dan diselesaikan dengan cara yang pantas dan tepat waktu.

Menurut Greenberg (1990,p.21), berdasarkan penelitian organisasinya telah menemukan hubungan antara keadilan prosedural dan kepuasan dengan menggunakan variabel seperti: kemudahan yang dicapai (*accessibility*), kecepatan (*timing/speed*) dan kontrol proses (*proses control*). Meskipun beberapa penelitian marketing terbatas jumlahnya yang telah menguji bahwa keadilan prosedural secara langsung mempengaruhi perilaku konsumen (Goodwin dan Ross, 1992,p.89), tetapi terdapat penelitian lain yang secara tidak langsung mendukung pengaruh keadilan prosedural pada kepuasan pelanggan (Taylor, 1994,p.59).

Menurut Mc.Farlin dan Sweeney (1992,p.633), berdasarkan hasil penelitiannya mengatakan bahwa keadilan prosedural merupakan prediksi penting dan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, kinerja perusahaan dan komitmen perusahaan. Lebih Lanjut dijelaskan oleh Smith, Bolton dan Wagner (1999,p.366), berdasarkan hasil penelitiannya juga mengatakan bahwa keadilan prosedural yang diberikan oleh perusahaan dapat mempengaruhi kepuasan pelayanan encounter yang diterima oleh pelanggan.

2.1.3 Keadilan Distributif

Dimensi keadilan yang ketiga adalah keadilan distributif. Teori mengenai keadilan distributif dititikberatkan pada alokasi kompensasi dan biaya (Deutsch, 1985 dalam Tax, Brown dan Chandrashekar, 1998,p.62). Menurut Reis (1986) dalam Tax, Brown dan Chandrashekar (1998,p.62), terdapat sekurang-kurangnya 17 standar peraturan dari keadilan distributif yang telah dicatat ke dalam literatur. Hal-hal yang khusus diantaranya adalah prinsip: *equity*, *equality* dan *need*.

Menurut Oliver dan Swan (1989,p.24), kebanyakan dari penelitian marketing memfokuskan pada prinsip *equity* dan beberapa penelitian mengatakan bahwa *equity* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, disamping itu pembelian ulang dan keputusan dari mulut ke mulut juga berpengaruh (Blodgett, Hill dan Tax, 1997). Sementara itu Tax, Brown dan Chandrashekar (1998,p.62) mengatakan bahwa disamping *equity*, maka *equality* dan *need* juga relevan untuk mengevaluasi keluhan pada keadilan distributif.

Kelley, Hoffman dan Davis (1993,p.439) mengemukakan bahwa dalam penanganan keluhan, distribusi dan hasil akhir penyelesaian dapat dilihat dari : koreksi pada harga (*corrections of charges*), penggantian biaya (*refunds*), perbaikan (*repairs*), kredit (*credit*), penggantian barang (*replacement*), dan permintaan maaf (*apologies*). Selanjutnya berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh McFarlin dan Sweeney (1992,p.439), bahwa keadilan distributif mempunyai pengaruh yang kuat terhadap hasil akhir penanganan keluhan pelanggan oleh suatu perusahaan.

Tax, Brown dan Chandrashekar (1998,p.62) mengemukakan bahwa perusahaan-perusahaan yang menjanjikan untuk memberikan "kepuasan 110%" akan menciptakan harapan pada pelanggan. Hal ini berarti berbagai keluhan yang diberikan akan ditangani dalam kerangka yang mengacu pada aturan kebutuhan. Mereka yang mengajukan keluhan dan mengetahui penyelesaian keluhan orang lain juga berharap mendapatkan perlakuan yang sama. Oleh karena itu, pelanggan akan mengevaluasi kelayakan kompensasi secara berbeda-beda yang berdasarkan: (1) pengalaman sebelumnya baik dengan perusahaan yang bersangkutan maupun perusahaan lain (2) pengetahuan akan penyelesaian yang diperoleh pelanggan lain dan (3) persepsi dari kerugian-kerugian yang dialami. Hal ini menyatakan bahwa keadilan distributif paling tepat dilakukan untuk penanganan keluhan yang diberlakukan dalam kerangka umum, seperti: apakah hasil dari penanganan keluhan adalah seperti sesuai dengan yang seharusnya yaitu dapat memenuhi kebutuhan dan keadilan dari pelanggan.

Menurut McFarlin dan Sweeney (1992,p.634), berdasarkan hasil penelitiannya juga mengatakan bahwa keadilan distributif merupakan prediksi penting dan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan, kinerja perusahaan dan komitmen perusahaan. Hasil lain dalam penelitiannya menunjukkan bahwa keadilan distributif merupakan prediksi terkuat terhadap kepuasan dan kinerja perusahaan dibandingkan dengan keadilan prosedural.

Keadilan distributif yang dilakukan dalam penelitian Smith, Bolton dan Wagner (1999,p.359), meliputi alokasi kompensasi (diskon, penggantian biaya,

pemberian kupon dan penggantian barang). Hal ini oleh perusahaan merupakan respon perbaikan atas kegagalan pelayanan yang diberikannya. Kepuasan pelayanan encounter dipengaruhi secara positif oleh keadilan distributif yang diberikan oleh perusahaan. Berdasarkan hasil penelitiannya, perhitungan keadilan distributif mempunyai persentasi nilai yang paling besar dari keseluruhan efek keadilan pada kepuasan pelanggan.

2.1.4 Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan

Kepuasan adalah suatu perasaan senang atau kecewa dari seseorang pelanggan ketika dia membandingkan persepsinya terhadap kinerja suatu produk atau jasa dengan harapan yang diinginkannya. Kepuasan juga dapat diartikan sebagai pengalaman yang dialami oleh seseorang terhadap kinerja produk yang diterima dan dibandingkan dengan kinerja produk standard, kesan seseorang selama atau sesudah menggunakan suatu produk, evaluasi secara langsung bagian demi bagian dari produk dan pelayanan perusahaan. Evaluasi tersebut dapat memberikan masukan kepada perusahaan untuk menciptakan suatu nilai lebih terhadap pengelolaan suatu produk. Kepuasan adalah memberikan apa yang diinginkan konsumen dan menanggapi atau memberikan respon terhadap keluhan konsumen (Gale, 1998,p.2).

Menurut Fornell, Johnson, Anderson, Cha & Bryant (1996,p.9), bahwa meningkatnya kepuasan secara keseluruhan (*overall customer satisfaction*) akan menurunkan tingkat keluhan dan dengan meningkatnya kepuasan secara keseluruhan tersebut akan meningkatkan kesetiaan konsumen (*customer loyalty*) pada perusahaan.

Dipandang dari pespektif profitabilitas perusahaan bahwa langkah perusahaan untuk merespon keluhan konsumen tersebut akan berpengaruh terhadap perilaku mereka dalam melakukan pembelian ulang dimasa yang akan datang. Kepuasan biasanya dianggap sebagai mediator utama dari perilaku pembelian, berhubungan dengan kepercayaan memilih suatu produk atau jasa, komunikasi konsumen dan perilaku pembelian kembali. Kepuasan atas penanganan keluhan juga dapat menjadi mediator utama yang berhubungan dengan persepsi dimensi keadilan pada sikap dan perilaku keluhan (Westbrook, 1987 dalam Tax, Brown dan Chandrashekar, 1998,p.64).

Selanjutnya menurut Hart, Heskett dan Sasser (1990,p.148), penanganan keluhan merupakan strategi yang digunakan perusahaan untuk memperbaiki dan belajar dari kesalahan pelayanan yang bertujuan untuk membuktikan reliabilitas perusahaan dimata pelanggan. Dijelaskan lebih lanjut oleh Lovelock (1994) dalam Tax, Brown dan Chandrashekar (1998, p.61), data keluhan pelanggan merupakan pedoman dalam usaha meningkatkan kualitas manajemen, karena dapat digunakan untuk memperbaiki masalah dengan desain pelayanan dan pengiriman yang membuat kinerja perusahaan menjadi lebih baik.

Strategi penanganan keluhan adalah bagian penting dalam pengelolaan hubungan pelanggan di bisnis pelayanan. Tantangan dalam pengelolaan kualitas yang dikombinasikan dengan aturan penting yang dimainkan oleh pelanggan dalam proses pelayanan dan fakta bahwa kesetiaan pelanggan dapat mendatangkan keuntungan, maka penanganan keluhan pelanggan merupakan waktu kritis dari sebuah kebenaran

dalam memelihara dan mengembangkan hubungan tersebut (Berry dan Parasuraman, 1991 dalam Tax, Brown dan Chandrashekar, 1998, p.60).

Menurut Goodwin dan Ross (1992,p.149), meskipun terdapat banyak permintaan untuk meningkatkan investasi yang berkaitan dengan penanganan keluhan pelanggan, tidak banyak yang diketahui tentang bagaimana para pelanggan menilai respon dari sebuah perusahaan atas keluhan-keluhan mereka atau bagaimana upaya-upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempengaruhi hubungan pelanggan dengan perusahaan.

Pada prinsipnya, pelanggan lebih memilih perusahaan yang dapat menangani masalah mereka, dengan mengganti produk atau jasa yang rusak atau dengan mengembalikan uang mereka. Aspek dari pelayanan pelanggan ini bermanfaat bagi keuntungan jangka panjang perusahaan. Perusahaan yang mempunyai reputasi konsisten dalam memperbaiki keluhan pelanggan akan membangun loyalitas pelanggan dan dapat meningkatkan pangsa pasarnya. Sebaliknya, perusahaan yang mempunyai reputasi buruk dalam penanganan keluhan secara perlahan-lahan akan kehilangan pelanggannya (Blodgett, Wakefield dan Barnes, 1995,p.31).

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang biasanya digunakan dapat meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus dan lain-lain.

Diperjelas oleh Harari (1997,p.23), bahwa bisnis yang menekankan pada penanganan keluhan pelanggan secara signifikan dapat meningkatkan perkembangan keuangan perusahaan dan kinerja pasar. Sementara itu Kelley dan Davis (1994, p.52) mengatakan bahwa tujuan dari penelitiannya adalah menyediakan pemahaman yang komprehensif dari berbagai evaluasi penanganan keluhan, dimana dapat membantu para manajer perusahaan untuk menciptakan program-program penanganan keluhan yang lebih efektif.

Lebih lanjut dijelaskan oleh Kelley, Hoffman dan Davis (1993,p.429), bahwa pemulihan atas ketidakberhasilan dalam penanganan keluhan memberikan kontribusi pada evaluasi pelanggan terhadap perusahaan. Penanganan keluhan yang efektif akan memberikan dampak pada tingkat memori pelanggan, menangkal penyebaran isu yang dapat merusak dan juga dapat memperbaiki kinerja dari yang paling bawah.

Penanganan keluhan pelanggan dapat digambarkan sebagai suatu rangkaian kejadian dimana suatu prosedur yang dimulai dengan mengkomunikasikan keluhan, menghasilkan suatu proses interaksi dimana pada akhirnya keputusan dapat diambil dan kesalahan tersebut dapat diperbaiki (Tax, Brown dan Chandrashekar (1998,p.61).

Menurut Fandy Tjiptono (1996,p.2), terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan dalam penanganan keluhan pelanggan, yaitu: (1) Empati terhadap pelanggan yang marah (2) Kecepatan dalam menangani keluhan (3) Kewajaran atau keadilan dalam memecahkan permasalahan atau keluhan dan (4) Kemudahan bagi konsumen untuk menghubungi perusahaan yang bersangkutan.

Lebih lanjut dijelaskan oleh Tax, Brown dan Chandrashekar (1998,p.62), yang mengemukakan bahwa keadilan memberikan kerangka yang luas untuk memahami proses keluhan pelanggan dari permulaan sampai dengan penyelesaian. Konsep keadilan merupakan hal yang sangat penting untuk menjelaskan reaksi seseorang dalam situasi konflik. Keadilan bukan hanya mengenai hasil distribusi, tetapi juga mengangkut bagaimana distribusi tersebut dapat dicapai dan dengan cara apa dilaksanakan. Hasil dari penelitian yang dilakukannya adalah adanya pengaruh keadilan terhadap kepuasan pelanggan atas penanganan keluhannya, yang juga mempengaruhi pengelolaan hubungan pelanggan. Terdapat tiga dimensi keadilan, yaitu: (1) keadilan interaksional (*interactional justice*), yaitu yang berhubungan dengan perlakuan interpersonal selama prosedur pengaduan, (2) keadilan prosedural (*procedural justice*), yaitu yang berhubungan dengan proses pengambilan keputusan dan (3) keadilan distributif (*distributive justice*) yaitu yang berhubungan dengan hasil keputusan.

Selanjutnya Smith, Bolton dan Wagner (1999,p.357), berdasarkan hasil penelitiannya menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan atas kegagalan pelayanan dipengaruhi oleh persepsi pelanggan pada ketiga dimensi keadilan (distributif, prosedural dan interaksional) setelah adanya efek dari disconfirmation dari pelayanan encounter.

Pemahaman terhadap evaluasi pelanggan atas kinerja perusahaan dalam penanganan keluhan pelanggan adalah suatu hal yang perlu mendapat perhatian terkait dengan umpan balik sebagai strategi perbaikan pelayanan. Penanganan

keluhan pelanggan yang baik akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan, kepercayaan dan komitmen pelanggan (Achrol, 1991,p.87).

Kepuasan terhadap penanganan keluhan pelanggan dapat menjadi mediator yang menghubungkan persepsi terhadap dimensi keadilan dengan perilaku dan sikap keluhan pelanggan. Konsekuensi dari sikap dan perilaku kepuasan pelanggan memainkan peranan penting dalam kelangsungan hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan adanya pembelian ulang (*repurchase intentions*) dari pelanggan (Tax, Brown dan Chandrashekar, 1998,p.64). Di jelaskan lebih lanjut oleh Blodgett dan Anderson (2000, p.323), jika persepsi keadilan (interaksional, prosedural dan distributif) kurang dapat diterima oleh pelanggan maka pelanggan akan cenderung untuk memberikan keluhan ulangan dan menyebarkan isu negatif yang dapat merugikan perusahaan.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian mengenai kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan telah banyak dilakukan oleh para peneliti. Hasil-hasil penelitian terdahulu merupakan dasar atau landasan yang cukup kuat bagi pengembangan kerangka teoritis untuk menjawab permasalahan yang ada. Hasil-hasil penelitian terdahulu disusun dalam sebuah tabel yang merupakan ringkasan dari telaah pustaka yang telah dilakukan, seperti terlihat pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1 Ringkasan Hasil Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Sampel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Amy K. Smith, Ruth N. Bolton dan Janet Wagner (1999)	Sebuah Metode Kepuasan Pelanggan dengan Pelayanan Encounter, yang meliputi Kegagalan dan Pemulihan Pelayanannya.	Konteks Kegagalan, Atribut Pemulihan, Disconfirmation, Keadilan Interaksional, Keadilan Prosedural, Keadilan Distributif, Kepuasan dengan Pelayanan Encounter.	549 Pelanggan pada Hotel dan 355 Pelanggan pada Restoran	Regresi	<ul style="list-style-type: none"> - Memberikan petunjuk pada perusahaan dalam menyusun prosedur pemulihan pelayanan untuk meningkatkan hubungan pelanggan. - Petunjuk tersebut meliputi: upaya pemulihan yang tepat, mengalokasikan sumber-sumber pemulihan dan melatih karyawan untuk mengurangi kegagalan.
2	Stephen S. Tax, Stephen W. Brown dan Murali Chandrashekar (1998)	Evaluasi Pelanggan pada Pengalaman Pelayanan Keluhan: Implikasinya terhadap Hubungan Pemasaran.	Keadilan Interaksional, Keadilan Prosedural, Keadilan Distributif, Kepuasan, Kepercayaan dan Komitmen.	257 Pelanggan dari 5 Perusahaan Service yang Berbeda di Kota Western	Regresi	<ul style="list-style-type: none"> - Keadilan interaksional, prosedural dan distributif yang diberikan perusahaan dapat berpengaruh terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. - Kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan tersebut dapat berimplikasi terhadap hubungan pemasaran melalui kepercayaan dan komitmen pelanggan yang dipengaruhi oleh pengalaman positif sebelumnya.

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Sampel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
3	Jeffrey G. Blodgett, Donna J. Hill dan Stephen S. Tax (1997)	Pengaruh Keadilan Distributif, Prosedural dan Interaksional terhadap Perilaku Setelah Keluhan	Keadilan Distributif, Prosedural, Interaksional, Keluhan Ulangan dan Penyebaran Isu Negatif	Para Pelanggan pada Industri Retail	Regresi	Dari ketiga dimensi keadilan tersebut, keadilan interaksional mempunyai pengaruh terbesar terhadap perilaku pelanggan dalam hal pemberian keluhan ulangan dan penyebaran isu negatif dari mulut ke mulut.
4	Jeffrey G. Blodgett, Kirk L. Wakefield dan James H. Barnes (1995)	Pengaruh Pelayanan Pelanggan pada Perilaku Konsumen yang memberikan Keluhan	Perilaku Permintaan Ganti Rugi, Perilaku Isu Negatif Sebelum Ganti Rugi, Perilaku Isu Negatif Setelah Ganti Rugi, Keinginan Berlangganan Kembali dan Perilaku Isu Positif.	200 Pelanggan pada Toko Retail	Regresi	<ul style="list-style-type: none"> - Penyelesaian secara adil yang diberikan pada pelanggan dan perlakuan secara sopan dan hormat oleh perusahaan, dapat menangkis penyebaran isu yang negatif. Penyelesaian secara tidak adil yang diberikan pada pelanggan dan perlakuan secara tidak sopan dan hormat oleh perusahaan dapat menyebabkan isu negatif dan menghentikan hubungan dengan perusahaan. - Perusahaan harus menjaga hubungan dengan pelanggan, yaitu dengan melakukan prosedur penanganan keluhan efektif guna memaksimalkan kepuasan.

No	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Variabel yang Diteliti	Sampel Penelitian	Metode Analisis	Hasil Penelitian
5	Scott W. Kelley, K. Douglas Hoffman Dan Mark A. Davis (1993)	Sebuah Tipologi Kegagalan pada Retail dan Perbaikannya	Kegagalan Retail, Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Pemulihan Retail, Pengalaman dan Ingatan Pelanggan	456 Pelanggan pada berbagai Perusahaan Retail	Regresi	<ul style="list-style-type: none"> - Perbaikan dari kegagalan suatu perusahaan retail, dapat dianalisa dengan cara: mengidentifikasi penyebab kegagalannya dan dengan mengklasifikasi strategi perbaikan. - Terdapat 15 tipe kegagalan pada perusahaan retail dan 12 tipe strategi perbaikannya.

Sumber: Berbagai penelitian terdahulu diolah.

2.3 Hubungan Penelitian ini dengan Penelitian Terdahulu

Penelitian-penelitian yang mengenai hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan sudah sering kali dilakukan (e.g. Duffy dan Ketchand, 1998; Hurley dan Estelami, 1998; Devaraj, Matta dan Conlon, 2001; Brady dan Cronin, 2001). Padahal dalam prakteknya, ternyata strategi penanganan keluhan yang diberikan oleh perusahaan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Salah satu penelitian mengenai hal itu adalah penelitian yang dilakukan oleh Smith, Bolton dan Wagner (1999) tentang pengaruh keadilan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Namun dalam penelitian ini mempunyai keterbatasan dalam dimensi yang digunakan untuk mengukur keadilan interaksional, prosedural, distributif dan kepuasan.

Penelitian Tax, Brown dan Chandrashekar (1998) yang berjudul “evaluasi pelanggan pada pengalaman pelayanan keluhan dan implikasinya terhadap hubungan pemasaran”, memungkinkan adanya hasil yang bias karena menggunakan sampel pelanggan dari berbagai perusahaan service yang berlokasi di kota Western. Untuk itu perlu dilakukan penelitian yang menggunakan satu perusahaan.

Penelitian ini berusaha untuk mengatasi keterbatasan yang ada pada penelitian terdahulu, terutama dari sisi keragaman perusahaan yang diteliti. Pada penelitian ini mencoba menggunakan sampel pelanggan dari 1 (satu) perusahaan yaitu PT. POS INDONESIA yang mempunyai misi sosial kepada masyarakat. Sementara itu untuk mengatasi keterbatasan yang menyangkut keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif, penelitian ini mengadopsi dari dimensi yang telah

dikembangkan oleh Tax, Brown dan Chandrashekar (1998) dan Kelley, Hoffman dan Davis (1993). Untuk memperluas dimensi kepuasan atas penanganan keluhan yang dipandang kurang memadai pada penelitian sebelumnya, maka penelitian ini mengadopsi dari dimensi yang telah dikembangkan oleh Fornell *et.al* (1996). Untuk itu penelitian ini diharapkan dapat mengatasi dari keterbatasan yang ada.

2.4 Pengembangan Model Penelitian

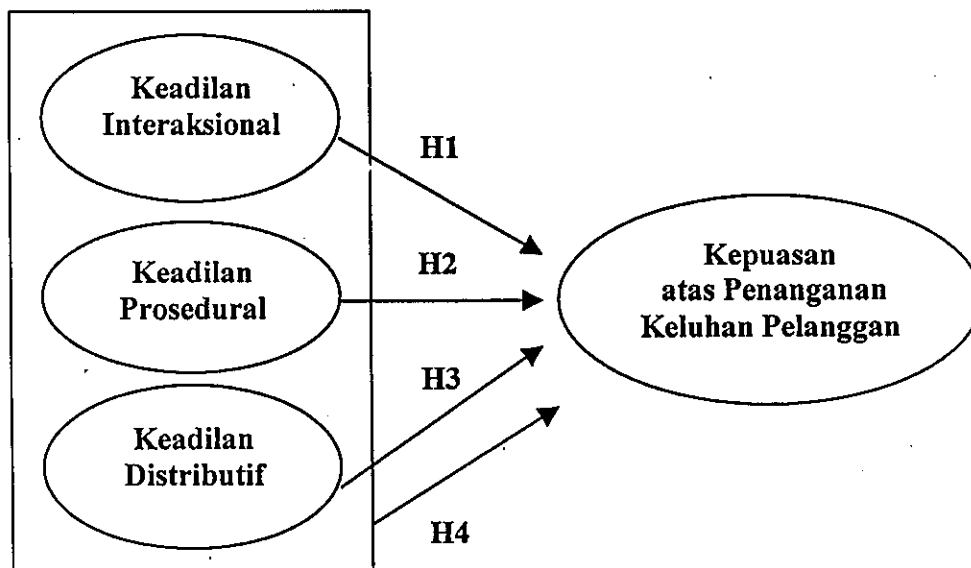
2.4.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Beberapa penelitian telah menekankan bahwa konsep keadilan sangat penting dalam menjelaskan reaksi seseorang dalam menangani situasi konflik. Keadilan memberikan kerangka yang luas untuk memahami proses keluhan dan permulaan sampai dengan penyelesaian (Lind dan Tyler, 1988 dalam Tax, Brown dan Chandrashekar, 1998, p.61).

Dari perspektif proses, penanganan keluhan dapat digambarkan sebagai rangkaian kejadian dimana suatu prosedur yang dimulai dengan mengkomunikasikan keluhan, menghasilkan suatu proses interaksi dimana pada akhirnya keputusan diambil dan kesalahan diperbaiki. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu dari Tax, Brown dan Chandrashekar (1998, p.61) dan Smith, Bolton dan Wagner (1999, p.358), mengatakan bahwa kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan dipengaruhi oleh tiga variabel, yaitu: keadilan interaksional (berhubungan dengan perlakuan interpersonal selama prosedur berlangsung), keadilan prosedural (berhubungan dengan proses pengambilan keputusan) dan keadilan distributif (berhubungan dengan

hasil keputusan). Berdasarkan hal tersebut, maka dikembangkan sebuah kerangka pemikiran teoritis yang nantinya diharapkan dapat menjadi acuan dalam pemecahan masalah, seperti terlihat pada Gambar 2.2.

Gambar 2.2
Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: Smith, Bolton dan Wagner (1999) &Tax, Brown dan Chandrashekar (1998).

2.4.2 Hipotesis Penelitian

Penelitian terdahulu mengatakan bahwa keadilan interaksional merupakan usaha untuk menyelesaikan konflik atau perselisihan yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan (Mohr dan Bitner, 1995,p.240). Dijelaskan oleh Greenberg (1990,p.11), keadilan prosedural sangatlah penting karena bertujuan untuk menyelesaikan konflik, sebagai cara untuk mendorong kelanjutan hubungan produktif diantara pihak-pihak yang berselisih. McFarlin dan Sweeney (1992,p.439),

mengatakan bahwa keadilan distributif mempunyai pengaruh yang kuat terhadap hasil akhir penanganan keluhan pelanggan oleh suatu perusahaan.

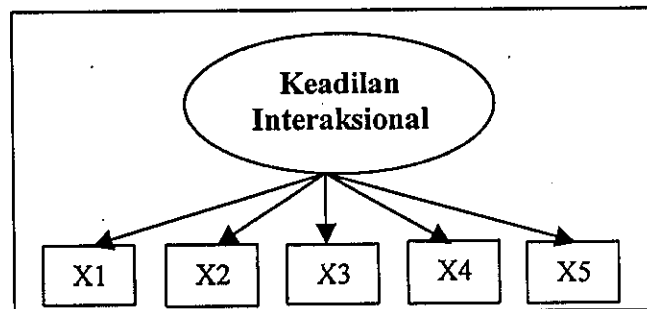
Berdasarkan telaah pustaka dan kerangka pemikiran teoritis yang telah dinyatakan pada Gambar 2.2 diatas, maka hipotesis-hipotesis yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1 = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan interaksional yang dilakukan oleh perusahaan dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.*
- H2 = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan prosedural yang dilakukan oleh perusahaan dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.*
- H3 = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.*
- H4 = Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan secara bersama-sama dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.*

2.5 Definisi dan Dimensionalisasi Variabel

Keadilan interaksional merupakan perlakuan interpersonal yang diterima pelanggan selama prosedur pengaduan berlangsung (Gilliland, 1993,p.695). Variabel keadilan interaksional (*interactional justice*) dibangun dari lima dimensi, yaitu: kejujuran (*honesty*), kejelasan (*explanation*), kepedulian (*empathy*), kesopanan (*politeness*) dan usaha (*effort*) seperti yang terlihat pada Gambar 2.3 berikut ini:

Gambar 2.3
Dimensionalisasi Variabel Keadilan Interaksional



Sumber: Smith, Bolton dan Wagner (1999,p.358) &
Tax, Brown dan Chandrashekar (1998,p.61).

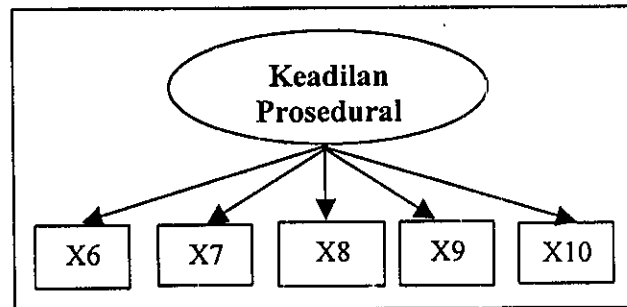
Keterangan:

- X1 : kejujuran (*honesty*)
- X2 : kejelasan (*explanation*)
- X3 : kepedulian (*empathy*)
- X4 : kesopanan (*politeness*)
- X5 : usaha (*effort*)

Keadilan prosedural adalah keadilan yang dirasakan pelanggan sebagai proses dimana pada akhirnya permasalahan dapat diselesaikan (Lind dan Tyler,1988 dalam Tax, Brown dan Chandrashekar, 1998,p.61). Variabel keadilan prosedural (*procedural justice*) dibangun dari lima dimensi, yaitu: kontrol proses (*proses control*), kemudahan yang dicapai (*accessibility*), kecepatan (*timing/speed*), kontrol

keputusan (*decision control*) dan kemudahan menyesuaikan (*flexibility*), seperti terlihat pada Gambar 2.4.

Gambar 2.4
Dimensionalisasi Variabel Keadilan Prosedural



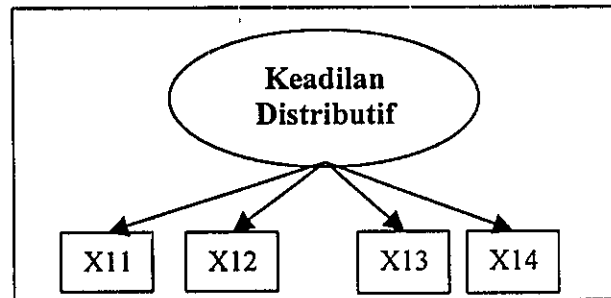
Sumber: Smith, Bolton dan Wagner (1999,p.358) &
Tax, Brown dan Chandrashekar (1998,p.61).

Keterangan:

- X6 : kontrol keputusan (*decision control*)
- X7 : kemudahan yang dicapai (*accessibility*)
- X8 : kecepatan (*timing/speed*)
- X9 : kontrol proses (*proses control*)
- X10: kemudahan menyesuaikan (*flexibility*)

Keadilan distributif adalah Keadilan yang berhubungan dengan hasil keputusan dalam pemberian kompensasi (Deutsch,1985 dalam Tax, Brown dan Chandrasekaran,1998). Variabel Keadilan distributif (*distributive justice*) dibangun dari empat dimensi, yaitu: penggantian biaya (*refunds*), perbaikan (*repairs*), koreksi (*corrections*) dan permintaan maaf (*apologies*), seperti yang terlihat dalam Gambar 2.5 sebagai berikut.

Gambar 2.5
Dimensionalisasi Variabel Keadilan Distributif



Sumber: Kelley, Hoffman dan Davis (1993,p.439)

Keterangan:

X11 : penggantian biaya (*refunds*)

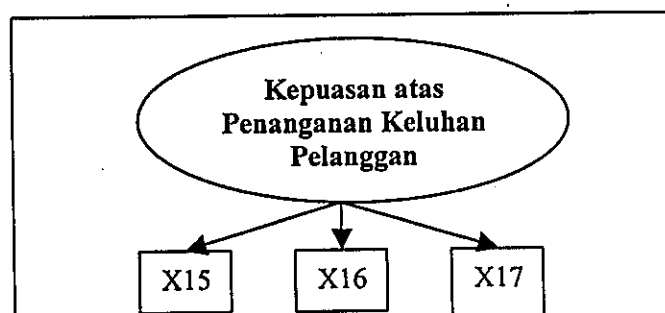
X12 : perbaikan (*repairs*)

X13 : koreksi (*corrections*)

X14 : permintaan maaf (*apologies*)

Kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan adalah kepuasan yang dirasakan pelanggan atas harapan yang diinginkannya terhadap respon penanganan keluhanannya (Fornell, Johnson, Anderson, Cha dan Bryant, 1996). Variabel Kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan (*satisfaction with customer complaint handling*) dibangun dari tiga dimensi, yaitu: senang (*pleased*), harapan (*expectation*), kepuasan secara keseluruhan (*overall satisfaction*), seperti terlihat pada Gambar 2.6.

Gambar 2.6
Dimensionalisasi Variabel Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan



Sumber: Fornell, Johnson, Anderson, Cha&Bryant (1996,p.10).

Keterangan:

X15 : senang (*pleased*)

X16 : harapan (*expectation*)

X17 : kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*)

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pendahuluan

Bab ini menggambarkan susunan penelitian yang diarahkan pada telaah pustaka dan kerangka pemikiran teoritis yang telah dikembangkan. Pembahasan yang ada dalam metodologi penelitian meliputi: pendahuluan, jenis dan sumber data, populasi dan sampel penelitian, metode pengumpulan data, metode analisis data, design instrumen penelitian dan simpulan bab.

3.2 Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis dan sumber data yang dipergunakan dalam penelitian ini, meliputi data primer dan data sekunder.

3.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang berasal langsung dari sumber data yang dikumpulkan secara khusus dan berhubungan langsung dengan permasalahan yang diteliti. Data primer ini didapat melalui wawancara responden, eksperimen dan survei (Cooper dan Emory, 1995,p.87).

Data primer yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari jawaban (tanggapan) para pelanggan yang pernah memberikan keluhan pada PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang terhadap serangkaian pertanyaan-

pertanyaan yang telah diajukan yang berkaitan dengan keadilan interaksional, keadilan prosedural, keadilan distributif dan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

3.2.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah informasi dan data yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder merupakan jenis data yang bukan diperoleh sendiri pengumpulannya dalam penelitian (Cooper dan Emory, 1995). Data sekunder diperlukan dalam penelitian ini karena dapat digunakan sebagai pendukung penulisan.

Data sekunder pada penelitian ini diperoleh dari data yang dimiliki oleh PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang, yang beralamatkan di Jl. Pemuda No:4 Semarang yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

3.3.1 Populasi

Populasi adalah kumpulan individu atau objek penelitian yang memiliki kualitas-kualitas serta ciri-ciri yang telah ditetapkan. Berdasarkan kualitas dan ciri-ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik (Cooper dan Emory, 1995).

Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan pengguna jasa pengiriman “surat kilat khusus” yang sudah pernah memberikan keluhan pada PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang pada tahun 2002. Berdasarkan survei pendahuluan (*pra-survey*) di PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang, bahwa jumlah pelanggan pengguna jasa pengiriman “surat kilat khusus” yang pernah memberikan keluhan pada tahun 2002 adalah sebanyak 1531 orang. Alasan dari penentuan populasi yang dikhususkan di tahun 2002 pada penelitian ini adalah dikarenakan data-data pelanggan pada PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang di tahun 2002 lebih lengkap dan mendukung dibandingkan dengan data-data pada tahun sebelumnya.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang memiliki karakteristik relatif sama dan dianggap bisa mewakili populasi, dengan tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditoleransi (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1995, p.149). Dalam suatu penelitian yang menggunakan metode survei, tidaklah selalu perlu untuk meneliti semua individu dalam populasi, karena disamping memakan biaya yang sangat besar juga membutuhkan waktu yang lama. Dengan meneliti sebagian populasi, diharapkan hasil yang diperoleh akan dapat menggambarkan sifat populasi yang bersangkutan. Untuk mencapai tujuan ini, maka cara-cara pengambilan sebuah sampel harus memenuhi syarat-syarat tertentu.

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Sampel Sistematis (*Systematic Sampling*). Dijelaskan oleh Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1995, p.160), *Systematic Sampling* adalah suatu metode pengambilan sampel dimana hanya unsur pertama saja dari sampel dipilih secara acak, sedangkan unsur-unsur selanjutnya dipilih secara sistematis menurut pola tertentu. Jadi dalam penelitian ini, sampel yang diambil adalah para pelanggan di PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang yang sudah pernah memberikan keluhan pada tahun 2002.

Dasar pengambilan sampel adalah seberapa baik sampel tersebut mencerminkan karakteristik populasi, dengan kata lain sampel tersebut harus valid. Adapun validitas sampel tergantung pada dua hal, yaitu akurasi dan ketelitian. Akurasi sampel, artinya sejauh mana sampel tidak dipengaruhi bias, sedangkan ketelitian adalah dalam arti ketelitian terhadap estimasi.

Perhitungan jumlah sampel minimum dapat dilakukan dengan beberapa cara, penentuan jumlah sampel pada penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus berikut ini (Rao, 1996):

$$n = \frac{N}{1 + N (\text{moe})^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = populasi

Moe = *margin of error max*, yaitu tingkat kesalahan maksimum yang masih dapat ditoleransi (umumnya diambil 10%)

Dengan berdasarkan data yang didapat dari PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang, diketahui bahwa jumlah pelanggan pengguna jasa pengiriman “surat kilat khusus” yang telah memberikan keluhan pada tahun 2002 adalah sebanyak 1531 pelanggan. Maka jumlah perhitungan sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1531}{1 + 1531 (0.1)^2}$$

$$n = 93.87 \approx 94$$

Jadi berdasarkan jumlah perhitungan diatas, maka dapat dilihat bahwa jumlah sampel minimal yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 94 responden.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data primer pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode survei. Pengumpulan data dengan survei ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi dari responden dengan menggunakan kuesioner/angket (Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1995, p.175). Kuesioner yang berisi daftar pertanyaan tersebut disampaikan langsung kepada responden, yaitu para pelanggan yang pernah memberikan keluhan pada PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang, yang bertujuan untuk mendapatkan data tentang keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif serta kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Alasan menggunakan metode ini adalah: responden memiliki waktu yang

cukup untuk memperhatikan setiap butir pertanyaan dan mempertimbangkan jawaban yang diberikannya secara matang.

Jawaban kuesioner yang diharapkan adalah dengan memberikan tanda (✓) pada skala penilaian konvensional (1-10) sebagai penilaian yang dirasakan paling benar oleh responden atas pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Skala pengukuran yang digunakan dalam kuesioner tersebut mempunyai skor penilaian antara 1-10, dimana skor 1 untuk menyatakan jawaban responden sangat tidak setuju (STS) sampai dengan skor 10 untuk menyatakan jawaban responden sangat setuju (SS). Skala penilaian tersebut juga sesuai dengan pendapat dari Zikmund (1994), dengan keterangan sebagai berikut:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1 : Sangat tidak setuju | 6 : Kecenderungan setuju tidak terlalu besar |
| 2 : Tidak setuju | 7 : Kecenderungan setuju besar |
| 3 : Kecenderungan setuju lebih kecil | 8 : Kecenderungan setuju sangat besar |
| 4 : Kecenderungan setuju kecil | 9 : Setuju |
| 5 : Kecenderungan setuju | 10 : Sangat setuju |

3.5 Teknik Analisis Data

Model yang digunakan dalam penelitian ini adalah model kausalitas atau hubungan atau pengaruh, dan untuk menguji hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, maka teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi dengan menggunakan program *Statistik SPSS Windows Release 10*.

Sebelum penelitian dilakukan, perlu dilakukan pengujian terhadap validitas dan reliabilitas terhadap daftar pertanyaan yang digunakan. Pengujian validitas dan reliabilitas daftar pertanyaan ini dimaksudkan agar daftar pertanyaan yang digunakan untuk mendapatkan data penelitian, memiliki tingkat validitas dan reliabilitas yang memenuhi batasan yang disyaratkan.

3.5.1 Uji Validitas

Uji validitas daftar pertanyaan dilakukan dengan tujuan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghazali, 2001,p.135). Uji validitas ini dilakukan untuk menguji konsistensi butir-butir pertanyaan, sehingga dapat menggambarkan indikator yang diteliti. Suharsimi Arikunto (1998), mengemukakan bahwa sebuah instrumen dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Untuk mengukur validitas kuesioner dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing pertanyaan dengan total skor pada konstraknya dengan bantuan program statistik SPSS. Uji validitas juga dapat dilakukan dengan melakukan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan total score konstruk atau variabel (Imam Ghazali, 2001,p.135). Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df)= $n-k$ dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan k adalah jumlah konstruk. Jika r hitung

(untuk tiap butir dapat dilihat pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*) > dari r tabel dan nilai r positif, maka butir atau pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Demikian juga sebaliknya, jika r hitung < r tabel, maka dapat dinyatakan bahwa pertanyaan tersebut tidak valid. Hal ini mungkin disebabkan oleh pertanyaan yang kurang baik dalam susunan kata-kata atau kalimatnya, sehingga menimbulkan penafsiran yang berbeda. Untuk pertanyaan yang tidak valid maka akan dikeluarkan dan tidak dianalisis. Sedangkan untuk pertanyaan yang valid akan diteruskan ke tahap pengujian kehandalan (*uji reliabilitas*).

3.5.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji kehandalan yang bertujuan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur dapat dihandalkan atau dipercaya. Kehandalan berkaitan dengan estimasi sejauh mana suatu alat ukur dilihat dari stabilitas atau konsistensi dari informasi, jawaban atau pertanyaan, jika pengukuran dilakukan atau pengamatan dilakukan berulang. Apabila suatu alat ukur digunakan berulang dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten maka alat ukur tersebut dianggap handal (*reliabel*).

Menurut Imam Ghazali (2001, p.133), pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Dalam hal ini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Pengukuran tingkat reliabilitas dalam penelitian ini dengan menggunakan analisis *Cronbach Alpha*. Dijelaskan lebih lanjut oleh Hair

et al (1996), uji konsistensi data (reliabilitas) ditentukan dengan koefisien *Cronbach Alpha*. Pengujian ini menentukan konsistensi jawaban responden atas suatu instrumen yang reliabel jika memiliki koefisien *Cronbach Alpha* di atas 0.70.

3.5.3 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

Uji ekonometrika digunakan untuk memenuhi syarat agar persamaan yang diperoleh pada model linier regresi berganda dapat diterima secara ekonometrik. Adapun uji ekonometrik meliputi:

3.5.3.1 Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas. Menurut Imam Ghozali (2001,p.57), untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas didalam model regresi adalah sebagai berikut:

- (a) Nilai R^2 yang dihasilkan oleh estimasi model regresi empiris sangat tinggi, tetapi secara individual variabel-variabel bebas banyak yang tidak signifikan mempengaruhi variabel terikat.
- (b) Menganalisis matrik korelasi variabel-variabel bebas. Jika antar variabel bebas ada korelasi yang cukup tinggi (umumnya diatas 0.90), maka hal ini merupakan indikasi adanya multikolinieritas. Tidak adanya korelasi yang tinggi antar variabel bebas tidak berarti bebas dari multikolinieritas.

Multikolinieritas dapat disebabkan karena adanya efek kombinasi dua atau lebih variabel bebas.

- (c) Multikolinieritas dapat juga dilihat dari: (1) nilai tolerance dan lawannya (2) *Variance Inflation Factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel bebas manakah yang dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Dalam pengertian sederhana setiap variabel bebas menjadi variabel terikat dan diregres terhadap variabel bebas lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF yang tinggi (karena $VIF = 1/\text{tolerance}$), dan menunjukkan adanya kolinieritas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0.10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Setiap peneliti harus menentukan tingkat kolinieritas yang masih dapat dia tolerir, sebagai misal nilai tolerance 0.10 sama dengan tingkat multikolinieritas 0.95. Walaupun multikolinieritas dapat dideteksi dengan nilai tolerance dan VIF, tetapi kita masih tetap tidak mengetahui variabel-variabel bebas mana sajakah yang saling berkorelasi.

3.5.3.2 Uji Autokorelasi

Pengujian autokorelasi ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada problem autokorelasi (Imam Ghazali, 2001, p.61). Model regresi yang

baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk menguji autokorelasi dilakukan dengan uji Durbin-Watson dengan bantuan program SPSS.

Pengambilan keputusan ada tidaknya autokorelasi, adalah:

- ❖ Bila nilai DW terletak antara batas atas atau upper bound (du) dan $(4-du)$, maka koefisien autokorelasi sama dengan nol, berarti tidak ada autokorelasi.
- ❖ Bila nilai DW lebih rendah daripada batas bawah atau lower bound (dl), maka koefisien autokorelasi lebih besar daripada nol, berarti ada autokorelasi positif.
- ❖ Bila nilai DW lebih besar daripada $(4-dl)$, maka koefisien autokorelasi lebih kecil daripada nol, berarti ada autokorelasi negatif.
- ❖ Bila nilai DW terletak diantara batas atas (du) dan batas bawah (dl) atau DW terletak antara $(4-du)$ dan $(4-dl)$, maka hasilnya tidak dapat disimpulkan.

Secara umum, dapat diambil patokan bahwa apabila angka Durbin-Watson hasil perhitungan lebih besar dibandingkan dengan nilai tabel, maka tidak terdapat problem autokorelasi (Imam Ghazali, 2001, p.61).

3.5.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap,

maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas (Imam Ghazali, 2001, p.69). Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas.

Ada beberapa cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas, salah satunya adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED, dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ($Y_{\text{prediksi}} - Y_{\text{sesungguhnya}}$) yang telah di studentized (Imam Ghazali, 2001, p.69).

Adapun dasar analisis yang dapat digunakan:

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji heteroskedastisitas juga dapat dilakukan dengan Uji Park (*Park Test*). Dalam uji Park ini dikemukakan metode bahwa variance (s^2) merupakan fungsi dari variabel-variabel yang dinyatakan dalam persamaan, dan persamaan tersebut dijadikan linier dalam bentuk persamaan log (Imam Ghazali, 2001, p.71). Pada uji ini dilakukan regresi hasil log natural dari variabel independen terhadap hasil log natural dari kuadrat nilai residual variabel dependen dalam regresi utama.

Adapun dasar analisis pada uji Park yang dapat digunakan:

- Apabila koefisien parameter beta dari persamaan regresi tersebut signifikan secara statistik, hal ini menunjukkan bahwa dalam data model empiris yang diestimasi terdapat heteroskedastisitas.
- Apabila parameter beta tidak signifikan secara statistik, maka asumsi homoskedastisitas pada data model tersebut tidak dapat ditolak.

3.5.4 Analisis Regresi

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh linier antara variabel independen dan variabel dependen dan menganalisis pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen yaitu kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Mengingat dalam penelitian ini terdapat bukan hanya satu variabel independen melainkan 3 variabel independen (keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif), maka teknik analisis menggunakan model regresi berganda.

Dalam penelitian ini model persamaan regresi yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan

X₁ = Keadilan Interaksional

X_2 = Keadilan Prosedural

X_3 = Keadilan Distributif

a = Konstanta

b_1 = Koef. regresi X_1

b_2 = Koef. regresi X_2

b_3 = Koef. regresi X_3

e = Faktor Kesalahan Stokhastik

Dari hasil regresi yang diperoleh kemudian dilakukan pengujian untuk mengetahui apakah koefisien regresi variabel independen yang diperoleh mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak, baik secara parsial atau secara simultan serta mengetahui seberapa besar pengaruhnya terhadap variabel dependen.

3.5.5 Uji Hipotesis

Untuk menguji kebenaran hipotesis dalam penelitian ini, maka dilakukan dengan 2 (dua) buah pengujian, yaitu: “uji t statistik dan uji F statistik”.

1. **Uji t Statistik**, bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial dengan mengasumsikan bahwa variabel lain dianggap konstan.

Adapun tahap pengujiannya adalah:

- a. Menentukan formula null hipotesis secara statistik yang akan diuji dalam bentuk:

$H_0: b_i = 0$, berarti variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

$H_0: b_i > 0$, berarti variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Menentukan nilai t hitung, adapun perhitungan t hitung dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$T_{hitung} = b_i / Se(b_i)$$

Keterangan:

b_i = Koefisien regresi

$Se(b_i)$ = Standar deviasi dari estimasi β_i

- c. Dengan tingkat keyakinan 90% atau $\alpha = 0.10$ dan $df = n - k$, maka dapat diperoleh nilai t tabel. Selanjutnya dibandingkan dengan nilai t hitung yang diperoleh untuk menentukan apakah pengaruhnya signifikan atau tidak.
- ❖ Apabila nilai t hitung < t tabel, maka H_0 diterima yang artinya variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
 - ❖ Apabila nilai t hitung > t tabel, maka H_0 ditolak yang artinya variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan bantuan program SPSS, maka dapat diperoleh nilai probabilitas signifikansi untuk menentukan pengaruhnya signifikan atau tidak.

- Apabila pada indikator digital menunjukkan nilai probabilitas signifikansi > 0.10 , maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila pada indikator digital menunjukkan nilai probabilitas signifikansi < 0.10 , maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

2. **Uji F Statistik**, bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen (Y).

Adapun tahap pengujiannya adalah:

- a. Menentukan formula null hipotesis secara statistik yang akan diuji dalam bentuk:

$H_0: b_1, b_2, \dots, b_m = 0$, berarti secara simultan variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

$H_a: b_1, b_2, \dots, b_m > 0$, berarti secara simultan variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

- b. Menentukan nilai F hitung, yang dapat menggunakan rumus:

$$F = \frac{R^2 / k - 1}{(1 - R^2) / (N - k)}$$

- ❖ Apabila nilai F hitung < F tabel, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, berarti secara simultan variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- ❖ Apabila nilai F hitung > F tabel, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, berarti secara simultan variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Dengan menggunakan bantuan program SPSS, maka dapat diperoleh nilai probabilitas signifikansi untuk menentukan pengaruhnya signifikan atau tidak.

- Apabila pada indikator digital menunjukkan nilai probabilitas signifikansi > 0.10, maka variabel independen tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila pada indikator digital menunjukkan nilai probabilitas signifikansi < 0.10, maka variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

BAB IV ANALISIS DATA

4.1 Pendahuluan

Dalam bab ini akan disajikan profil dari data penelitian dan proses analisis data tersebut. Urutan penyajian pembahasan yang ada dalam analisis data ini, meliputi: gambaran umum obyek penelitian, karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas, uji penyimpangan asumsi klasik, analisis regresi, pengujian hipotesis dan simpulan bab.

4.2 Gambaran Umum Obyek Penelitian

Setua sejarah peradaban manusia, sejak saat itu pelayanan pos telah menjadi kebutuhan yang universal dalam sarana komunikasi manusia. Sejalan dengan perkembangan jaman tersebut maka pelayanan pada saat ini memiliki nilai strategis dalam mewujudkan persatuan dan kesatuan bangsa yang diumpamakan sebagai jembatan komunikasi dalam membuka tabir informasi yang terisolasi di masyarakat.

Dalam menghadapi akselerasi informasi pada persaingan global, PT. POS INDONESIA mempunyai visi, misi dan strategi pokok perusahaan yang jelas, yaitu:

Visi Perusahaan:

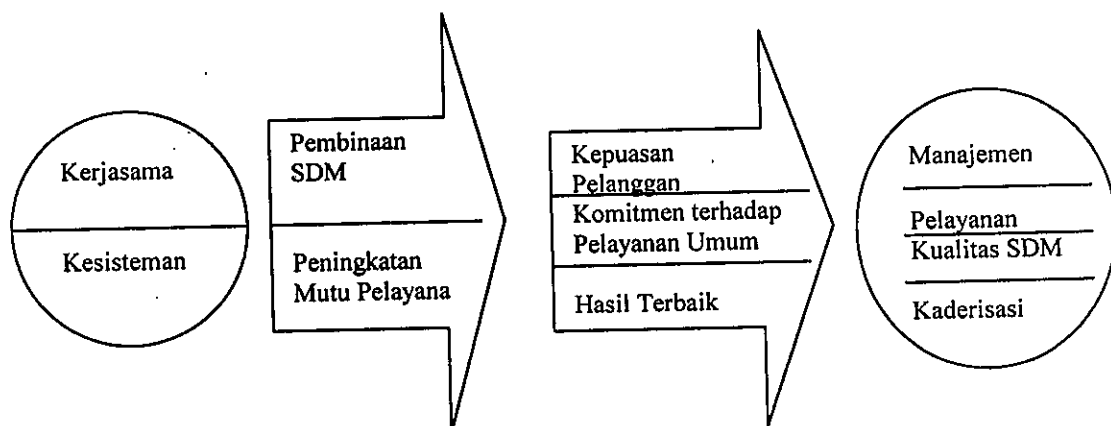
PT. POS INDONESIA (persero) adalah penyedia jasa pos bernilai tinggi dengan daya saing global.

Misi Perusahaan:

1. Mengelola perusahaan sesuai dengan prinsip bisnis yang sehat dengan didukung teknologi tepat guna dan sumber daya manusia profesional.
2. Menyediakan layanan komunikasi, logistik, transaksi keuangan dan layanan pos lainnya yang memiliki nilai tambah tinggi bagi kepuasan pelanggan.
3. Mengembangkan usaha yang memiliki daya saing kuat baik dipasar domestik maupun pasar global.
4. Memberikan pelayanan untuk kemanfaatan umum yang menjangkau seluruh pelosok tanah air dengan perlakuan yang sama guna memperkuat persatuan dan kesatuan bangsa serta mempererat hubungan antar bangsa.

Strategi Pokok Perusahaan:

Gambar 4.1
Catur Sukses Sapta Pedoman



Produk-produk yang telah dihasilkan oleh PT. POS INDONESIA Kantor Pos Semarang, yang termasuk dalam Kantor Wilayah Usaha Pos IV meliputi:

1. Layanan Elektronik dengan Wasantara-Net

Layanan ini sebagai tulang punggungnya yang bekerjasama dengan anak perusahaan PT. POS INDONESIA yaitu PT. Bhakti Wasantara Net.

2. Layanan Top Urgent Priority (TUP)

Layanan surat perlakuan khusus dengan berat maksimal 1 kilo yang ditujukan untuk wilayah Jakarta. Atribut layanan TUP yaitu: kecepatan/waktu tempuh, terbukukan, jaminan, asuransi, kerahasiaan kiriman terjaga dan jejak lacak.

3. Layanan Surat Dalam Negeri Perlakuan Khusus

Layanan penerimaan kiriman surat yang berisi naskah-naskah berharga.

4. Layanan Surat Luar Negeri Perlakuan Khusus

Layanan surat pos dalam hubungan internasional/luar negeri.

5. Layanan Surat Standar

Layanan surat pos dalam hubungan nasional/dalam negeri.

6. Layanan Surat Kilat Khusus

Layanan surat pos dengan pengiriman prioritas.

7. Layanan Express Mail Service (EMS)

Layanan kiriman ke luar negeri dengan waktu tempuh 72 jam sampai ke negara tujuan.

8. Layanan Perangko Prisma

Perangko baru ini dapat menampilkan identitas dengan menampilkan foto wajah atau identitas lain (tanda tangan, logo, slogan, merek dan lain-lain).

9. Layanan Kiriman Paket Pos Optima/Kargo

Layanan pengiriman barang baik ke dalam maupun ke luar negeri.

10. Layanan Kiriman Wesel Pos

Layanan pengiriman uang baik ke dalam maupun ke luar negeri.

PT POS INDONESIA juga memberikan pelayanan yang terkait dengan misi sosial, yaitu:

- Penyaluran dana Jaring Pengaman Sosial untuk bidang kesehatan/sekolah.
- Penyaluran dana bagi Sarjana Pendamping Purna Waktu (SP2W) dalam rangka program Inpres Daerah Tertinggal (IDT).
- Penyaluran Jaminan Hidup (Jadup) untuk para transmigran di berbagai lokasi transmigrasi.
- Penyaluran dana kredit bagi Pengusaha Kecil dan Koperasi (PUKK).
- Penyelenggaraan Tabungan Keluarga Sejahtera (Takesra) dan Kredit Usaha Keluarga Sejahtera (Kukesra) dalam rangka program pemerintah untuk mengentaskan kemiskinan.

Memberikan pelayanan terbaik bagi pengguna jasa pos adalah merupakan suatu komitmen dari PT. POS INDONESIA. Untuk mewujudkan hal tersebut, maka PT. POS INDONESIA telah menetapkan prioritas operasional yang bertujuan untuk meningkatkan produktivitas sumber daya melalui beberapa program kerja yang meliputi:

- a. Modernisasi proses produksi dan administrasi.
- b. Integrasi jaringan komunikasi dalam peningkatan mutu dan ragam layanan.
- c. Intensifikasi penggarapan layanan keuangan sebagai salah satu usaha andalan.
- d. Pembinaan sumber daya manusia yang profesional dan terampil untuk mendukung tercapainya mutu layanan yang tinggi.

4.3 Karakteristik Responden

Sebelum menganalisa data dan melakukan pengujian data, maka perlu disampaikan berbagai informasi dari 94 responden pelanggan yang telah memberikan keluhan pada PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang, Jl. Pemuda No:4 Semarang. Informasi tersebut meliputi data tentang jenis kelamin, umur, status perkawinan, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan responden. Data ini diperlukan untuk menggambarkan keadaan atau kondisi responden yang merupakan informasi tambahan untuk memahami hasil-hasil penelitian.

4.3.1 Responden Menurut Jenis Kelamin

Analisis terhadap responden menurut jenis kelamin dilakukan untuk mengetahui proporsi jenis kelamin responden. Berikut adalah komposisi jenis kelamin responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.1.

Tabel 4.1
Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin Responden	Frekuensi	Persentase
Pria	41	43,6
Wanita	53	56,4
TOTAL	94	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Dari Tabel 4.1 terlihat adanya komposisi jenis kelamin responden, dimana 56,4% berjenis kelamin wanita dan sisanya 43,6% responden berjenis kelamin pria. Hal tersebut menunjukkan bahwa proporsi wanita dalam responden yang diambil lebih banyak dibandingkan dengan pria, yang jumlahnya berbeda sekitar 12,8%.

4.3.2 Responden Menurut Umur

Analisis terhadap responden menurut umur dimaksudkan untuk mengetahui kelompok umur responden yang selanjutnya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan penanganan keluhan pelanggan oleh pihak perusahaan. Umur responden dibedakan menjadi 3 bagian, yaitu dibawah 30 tahun, tepat 30 tahun dan diatas 30 tahun. Berikut adalah komposisi umur responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.2.

Tabel 4.2
Umur Responden

Umur Responden	Frekuensi	Persentase
Dibawah 30 tahun	53	56,4
30 tahun	6	6,4
Diatas 30 tahun	35	37,2
TOTAL	94	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2003

Dari Tabel 4.2 terlihat bahwa komposisi umur responden terbesar terdapat pada kelompok umur dibawah 30 tahun yaitu sebanyak 56,4%, selanjutnya disusul oleh kelompok umur diatas 30 tahun sebanyak 37,2% dan sisanya adalah kelompok umur tepat 30 tahun sebanyak 6,4%.

4.3.3 Responden Menurut Status Perkawinan

Analisis terhadap responden menurut status perkawinan dilakukan untuk mengetahui proporsi status perkawinan responden. Berikut adalah komposisi status perkawinan responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.3.

Tabel 4.3
Status Perkawinan Responden

Status Perkawinan Responden	Frekuensi	Persentase
Menikah	44	46,8
Belum Menikah	49	52,1
Janda	1	1,1
TOTAL	94	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Dari Tabel 4.3 terlihat bahwa responden yang belum menikah sebanyak 52,1%, responden yang sudah menikah sebanyak 46,8% dan sisanya responden yang sudah menjadi janda sebanyak 1,1%.

4.3.4 Responden Menurut Pendidikan

Analisis terhadap responden menurut pendidikan dilakukan untuk mengetahui proporsi pendidikan responden. Berikut adalah komposisi pendidikan responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.4.

Tabel 4.4
Pendidikan Responden

Pendidikan Responden	Frekuensi	Persentase
SMP	2	2,1
SMA	23	24,5
D3	34	36,2
S1	32	34,0
S2	3	3,2
TOTAL	94	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Dari Tabel 4.4 terlihat komposisi pendidikan responden, dimana 36,2% responden berpendidikan D3 (Diploma 3), 34,0% responden berpendidikan S1 (Strata 1), 24,5% responden berpendidikan SMA, 3,2% responden berpendidikan S2 (Strata 2) dan 2,1% responden berpendidikan SMP.

4.3.5 Responden Menurut Pekerjaan

Analisis terhadap responden menurut pekerjaan dilakukan pada penelitian ini, karena bertujuan untuk mengetahui proporsi pekerjaan responden. Berikut adalah komposisi pekerjaan responden yang dapat dilihat pada Tabel 4.5.

Tabel 4.5
Pekerjaan Responden

Pekerjaan Responden	Frekuensi	Persentase
PNS	11	11,7
Peg.Swasta	31	33,0
Wiraswasta	15	16,0
Pelajar/Mahasiswa	25	26,6
Ibu Rumah Tangga	7	7,4
Lainnya	5	5,3
TOTAL	94	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Dari Tabel 4.5 terlihat komposisi pekerjaan responden dari terbesar ke terkecil, dimana 33,0% responden bekerja sebagai pegawai swasta, 26,6% responden belum bekerja atau statusnya masih sebagai pelajar/mahasiswa, 16,0% responden mempunyai pekerjaan sebagai wiraswasta, 11,7% responden bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil (PNS), 7,4% responden sebagai ibu rumah tangga dan sisanya 5,3% mempunyai bidang pekerjaan lainnya (pensiunan, purnawirawan ABRI, baby sister dan penterjemah/pemandu).

4.3.6 Responden Menurut Pendapatan

Analisis terhadap responden menurut pendapatan dilakukan pada penelitian ini, karena bertujuan untuk mengetahui proporsi pendapatan responden. Berikut adalah komposisi pendapatan responden yang terbagi dalam 5 kelompok, yang dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Pendapatan Responden

Pendapatan Responden	Frekuensi	Persentase
Tidak Berpendapatan	31	33,0
<Rp.1.000.000	22	23,4
Rp.1.000.000-2.000.000	31	33,0
Rp.2.000.000-3.000.000	7	7,4
>Rp.3.000.000	3	3,2
TOTAL	94	100,0

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Dari Tabel 4.6 terlihat adanya komposisi pendapatan responden, dimana 33,0% responden tidak berpendapatan karena statusnya masih sebagai pelajar/mahasiswa dan sebagai ibu rumah tangga, 33,0% responden mempunyai pendapatan sebanyak Rp.1.000.000-2.000.000, 23,4% responden mempunyai pendapatan kurang dari Rp.1.000.000, 7,4% responden mempunyai pendapatan sebanyak Rp.2.000.000-3.000.000 dan sisanya 3,2% mempunyai pendapatan lebih besar dari Rp.3.000.000.

4.4 Hasil dan Pembahasan

Data pada penelitian ini telah diolah dengan menggunakan teknik analisis regresi berganda, yang dijalankan dengan bantuan program statistik SPSS Windows Release 10.0. Namun sebelum dianalisis maka data mentahnya telah diuji validitas, uji reliabilitas dan uji penyimpangan asumsi terlebih dahulu. Ternyata data dari penelitian ini adalah sudah layak untuk dianalisis. Berikut ini adalah tahapan-tahapan hasil uji tersebut.

4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, dan diperoleh angka *Corrected Item Total Correlation/r* (hasil perhitungan apa pada Lampiran 8,9,10 dan 11). Hasil perhitungan dapat diresumekan dalam Tabel 4.7. Sedangkan r tabel dapat dilihat pada tabel dengan $df=94-4=90$ dan dengan tingkat signifikansi 10% satu arah diperoleh angka 0,1348 (Lampiran 19).

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
KI (Keadilan Interaksional)	X1	0,8092	0,1348	Valid
	X2	0,7707	0,1348	Valid
	X3	0,7650	0,1348	Valid
	X4	0,6667	0,1348	Valid
	X5	0,6807	0,1348	Valid
KP (Keadilan Prosedural)	X6	0,6664	0,1348	Valid
	X7	0,7731	0,1348	Valid
	X8	0,6520	0,1348	Valid
	X9	0,6661	0,1348	Valid
	X10	0,7404	0,1348	Valid
KD (Keadilan Distributif)	X11	0,7165	0,1348	Valid
	X12	0,6654	0,1348	Valid
	X13	0,3921	0,1348	Valid
	X14	0,6691	0,1348	Valid
KPKP (Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan)	X15	0,8992	0,1348	Valid
	X16	0,9034	0,1348	Valid
	X17	0,8811	0,1348	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Berdasarkan Tabel 4.7, terlihat bahwa nilai r hitung untuk masing-masing pertanyaan ternyata mempunyai nilai positif dan nilainya lebih besar dari r tabel yaitu 0,1348, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa ketujuhbelas dari butir pertanyaan tersebut adalah valid.

Pengujian validitas dapat juga dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor. Dengan menggunakan bantuan program SPSS telah diperoleh angka korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor (hasil perhitungan ada pada Lampiran 4,5,6 dan 7) dan dapat diresumekan dalam Tabel 4.8 berikut.

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas dengan Pearson Correlation

	X1	X2	X3	X4	X5	KI
Pearson Correlation X1	1,000	0,809**	0,694**	0,623**	0,571**	0,888**
X2	0,809**	1,000	0,637**	0,536**	0,600**	0,856**
X3	0,694**	0,637**	1,000	0,604**	0,642**	0,854**
X4	0,623**	0,536**	0,604**	1,000	0,533**	0,792**
X5	0,571**	0,600**	0,642**	0,533**	1,000	0,791**
KI	0,888**	0,856**	0,854**	0,792**	0,791**	1,000
	X6	X7	X8	X9	X10	KP
Pearson Correlation X6	1,000	0,619**	0,523**	0,443**	0,636**	0,785**
X7	0,619**	1,000	0,597**	0,678**	0,614**	0,866**
X8	0,523**	0,597**	1,000	0,487**	0,573**	0,782**
X9	0,443**	0,678**	0,487**	1,000**	0,603**	0,793**
X10	0,636**	0,614**	0,573**	0,603**	1,000	0,840**
KP	0,785**	0,866**	0,782**	0,793**	0,840**	1,000
	X11	X12	X13	X14	KD	
Pearson Correlation X11	1,000	0,709**	0,405**	0,655**	0,896**	
X12	0,709**	1,000	0,294**	0,695**	0,879**	
X13	0,405**	0,294**	1,000	0,341**	0,442**	
X14	0,655**	0,695**	0,341**	1,000	0,863**	
KD	0,896**	0,879**	0,442**	0,863**	1,000	
	X15	X16	X17	KPKP		
Pearson Correlation X15	1,000**	0,882**	0,852**	0,955**		
X16	0,882**	1,000**	0,857**	0,957**		
X17	0,852**	0,857**	1,000**	0,948**		
KPKP	0,955**	0,957**	0,948**	1,000**		

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Keterangan:

**Correlation is significant at the 0.01 level(2-tailed)

KI = Keadilan Interaksional
KP = Keadilan Prosedural
KD = Keadilan Distributif
KPKP = Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.8, terlihat bahwa korelasi antara masing-masing skor butir pertanyaan (X1-X5) terhadap total skor butir-butir pertanyaan (keadilan interaksional) menunjukkan hasil yang signifikan. Hal ini juga berlaku untuk skor butir pertanyaan (X6-X10) terhadap total skor butir-butir pertanyaan (keadilan prosedural), skor butir pertanyaan (X11-X14) terhadap total skor butir-butir pertanyaan (keadilan distributif) dan skor butir pertanyaan (X15-X17) terhadap total skor butir-butir pertanyaan (kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa masing-masing butir pertanyaan tersebut adalah valid.

4.4.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS, dan diperoleh nilai *Cronbach Alpha* (hasil perhitungan ada pada Lampiran 8,9,10 dan 11). Hasil perhitungan tersebut dapat diresumekan pada Tabel 4.9.

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Nilai Cronbach Alpha	Keterangan
KI	X1,X2,X3,X4 dan X5	0,8925	Reliabel
KP	X6,X7,X8,X9 dan X10	0,8724	Reliabel
KD	X11,X12,X13 dan X14	0,7753	Reliabel
KPKP	X15,X16 dan X17	0,9498	Reliabel
Pool	14 item	0,9360	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Keterangan:

KI = Keadilan Interaksional

KP = Keadilan Prosedural

KD = Keadilan Distributif

KPKP = Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan

Berdasarkan Tabel 4.9 diatas, terlihat bahwa semua variabel independen (KI, KP dan KD) menunjukkan konsistensi yang dapat dipercaya (reliabel) baik secara individu maupun secara keseluruhan (Pool). Nilai *Cronbach Alpha* untuk semua variabel keadilan interaksional, keadilan prosedural, keadilan distributif dan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan lebih besar dari 0.60 dan secara keseluruhan (Pool) nilai *Cronbach Alphanya* adalah sebesar 0,9360. Hal ini memberikan kesimpulan bahwa semua butir pertanyaan yang menjadi dimensi pengukuran dari variabel yang diamati sudah reliabel.

4.4.3 Uji Penyimpangan Asumsi Klasik

Pengujian terhadap asumsi klasik yang dilakukan pada penelitian ini adalah dengan bantuan program SPSS, meliputi: uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, dan uji normalitas.

4.4.3.1 Uji Multikolinieritas

Setelah dilakukan uji multikolinieritas dengan bantuan program SPSS pada variabel-variabel bebas dengan pengukuran terhadap *Variance Inflation Faktor* (VIF) dan hasilnya menunjukkan bahwa semua variabel independen pada model yang diajukan, bebas dari multikolinieritas. Hal ini ditunjukkan dengan nilai VIF yang

berada dibawah angka 10, sehingga dapat dikatakan bahwa persamaan tidak mengandung multikolinieritas (Gujarati, 1995). Resume hasil perhitungan nilai VIF dapat dilihat pada Tabel 4.10.

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Nilai VIF	Keterangan
KI (Keadilan Interaksional)	3,440	Bebas multikolinieritas
KP (Keadilan Prosedural)	4,897	Bebas multikolinieritas
KD (Keadilan Distributif)	3,781	Bebas multikolinieritas

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Berdasarkan Tabel 4.10 tersebut, terlihat bahwa variabel keadilan interaksional mempunyai nilai $VIF = 3,440$, variabel keadilan prosedural mempunyai nilai $VIF = 4,897$ dan variabel keadilan distributif mempunyai nilai $VIF = 3,781$.

4.4.3.2 Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS yaitu dengan melihat angka Durbin-Watson (D-W) pada bagian residual. Secara umum dapat diambil patokan bahwa angka Durbin-Watson hasil perhitungan lebih besar dibandingkan dengan nilai tabel, maka tidak terdapat problem autokorelasi (Imam Ghazali, 2001,p.61). Oleh karena nilai D-W perhitungan=1,931 yang lebih besar daripada batas atas (du) yaitu pada angka D-W tabel= 1,730 ($n=94, k=3$), maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif pada model regresi (lihat pada Lampiran 15).

4.4.3.3 Uji Heteroskedastisitas

Dengan menggunakan bantuan program SPSS, maka dapat diperoleh grafik scatterplot (ada pada Lampiran 16) yang menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y dan tidak membentuk suatu pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk memprediksi kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan berdasarkan masukan dari variabel independen: keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif.

Uji heteroskedastisitas pada penelitian ini juga dilakukan dengan Uji Park (*Park Test*). Pada uji ini dilakukan regresi hasil log natural dari variabel independen terhadap hasil log natural dari kuadrat nilai residual variabel dependen dalam regresi utama. Hasil pengujian heteroskedastisitas dengan uji Park dapat dilihat pada Lampiran 17.

Apabila koefisien parameter beta dari persamaan regresi tersebut signifikan secara statistik, hal ini menunjukkan bahwa dalam data model empiris yang diestimasi terdapat heteroskedastisitas, dan sebaliknya jika parameter beta tidak signifikan secara statistik, maka asumsi homoskedastisitas pada data model tersebut tidak dapat ditolak (Imam Ghozali, 2001,p.71). Pada penelitian ini, hasil ringkasan perhitungan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Park dapat dilihat pada Tabel 4.11.

Tabel 4.11
Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Uji Park

Variabel	Probabilitas Signifikansi	Keterangan
KI (Keadilan Interaksional)	0,448	Bebas heteroskedastisitas
KP (Keadilan Prosedural)	0,064	Bebas heteroskedastisitas
KD (Keadilan Distributif)	0,291	Bebas heteroskedastisitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Berdasarkan Tabel 4.11, terlihat bahwa nilai probabilitas signifikansi pada semua variabel independen (keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif) tidak ada yang signifikan secara statistik, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan pada penelitian ini tidak terdapat adanya heteroskedastisitas. Hasil pengujian ini memberikan hasil yang konsisten dengan hasil pada grafik scatterplot.

4.4.4 Analisis Regresi

Persamaan regresi yang diperoleh dari hasil analisis dapat diringkas pada Tabel 4.12, dimana t tabel pada tingkat signifikansi $\alpha=10\%$ adalah 1,2909 (df=94-3=91, satu sisi) dan persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut:

$$Y = -4,048 + 0,322X_1 + 0,245X_2 + 0,210X_3$$

Tabel 4.12
Ringkasan Hasil Estimasi Regresi

Variabel	Koefisien	t hitung	Probabilitas Signifikansi	Keterangan
KI	0,322	4,890	0,000	Signifikan
KP	0,245	3,031	0,003	Signifikan
KD	0,210	2,794	0,006	Signifikan
Konstanta	-4,048	-3,317	0,001	Signifikan
Adjusted R ²	0,809			
F-hitung	132,044			
(Prob.-Sig.)	0,000			
D-W	1,931			
N	94			

Sumber: Data primer yang diolah, 2003.

Keterangan:

X1 =KI (Keadilan Interaksional)

X2 =KP (Keadilan Prosedural)

X3 =KD (Keadilan Distributif)

Y =KPKP(Kepuasan atas Penanganan Keluhan Pelanggan)

Berdasarkan Tabel 4.12, terlihat bahwa koefisien regresi dari variabel keadilan interaksional mempunyai tanda positif. Hal ini memberikan indikasi bahwa semakin tinggi keadilan interaksional yang dilakukan oleh perusahaan maka dapat mendorong terjadinya kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan yang lebih tinggi. Begitu juga halnya dengan variabel keadilan prosedural dan variabel keadilan prosedural.

Variabel konstanta dari persamaan regresi diatas mempunyai koefisien sebesar -4,048. Tanda negatif pada nilai konstanta ini bila diinterpretasikan secara bebas bisa mengandung arti bahwa jika perusahaan tidak mempertimbangkan faktor keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif maka dapat memberikan pengaruh yang negatif terhadap kepuasan atas penanganan keluhan

pelanggan. Apabila demikian adanya maka untuk mencapai kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan akan relatif sulit dicapai.

Dari Tabel 4.12, terlihat bahwa Adjusted R square mempunyai nilai koefisien sebesar 0,809. Hal ini berarti bahwa 80,9% variasi dari variabel dependen (kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan) dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen (keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif), sedangkan sisanya ($100\% - 80,9\% = 19,1\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain diluar model ini.

Berdasarkan Tabel 4.12, terlihat bahwa F hitung mempunyai nilai sebesar 132,044 dengan tingkat probabilitas signifikansi 0,000. Mengingat probabilitas jauh lebih kecil dari 0,10, maka variabel keadilan interaksional, variabel keadilan prosedural dan variabel keadilan distributif secara bersama-sama pada model regresi ini mampu menjelaskan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan secara signifikan.

Dengan demikian secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diamati adalah cukup *best-fit* dalam menerangkan perilaku kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan pada penelitian ini.

4.4.5 Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis dimaksudkan untuk menolak atau menerima hipotesis yang telah diajukan. Pengujian hipotesis pada penelitian ini dilakukan dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dan F hitung dengan F Tabel. Pengujian

hipotesis dengan membandingkan t hitung dengan t tabel dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Sedangkan pengujian hipotesis dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara bersama-sama atau simultan terhadap variabel dependen.

Pengujian hipotesis juga dapat dilihat dari indikator digitalnya melalui nilai probabilitas signifikansi. Apabila nilai probabilitas signifikansinya kurang dari nilai $\alpha=10\%$ maka dapat dikatakan bahwa variabel yang diamati adalah berpengaruh signifikan, dengan demikian H_0 dapat ditolak.

4.4.5.1 Pengujian Hipotesis Pertama (H_1)

Hipotesis pertama yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan interaksional yang dilakukan oleh perusahaan dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dari perhitungan yang telah dilakukan dengan bantuan program SPSS seperti pada Tabel 4.12 dengan tingkat signifikansi $\alpha=10\%$, didapatkan beberapa hal sebagai berikut:

- Koefisien untuk variabel keadilan interaksional (X_1) adalah 0,322 (nilai positif) yang berarti bahwa variabel keadilan interaksional (X_1) berpengaruh positif terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan (Y).
- Nilai t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel pada tingkat signifikansi $\alpha=10\%$ dan dari indikator digitalnya menunjukkan nilai

probabilitas signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa variabel keadilan interaksional (X1) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan (Y).

Berdasarkan kedua pernyataan tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan interaksional dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan telah terbukti. Hal ini memberikan implikasi bahwa semakin tinggi tingkat keadilan interaksional yang dilakukan oleh perusahaan maka dapat meningkatkan tingkat kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dengan adanya kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan tersebut, maka hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan dapat terjalin secara berkelanjutan yang dapat berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan.

Untuk dapat melakukan keadilan interaksional diperlukan kemampuan dari karyawan perusahaan dalam memahami dan mendengarkan keluhan pelanggan. Dengan adanya komunikasi yang baik antara pelanggan dengan karyawan perusahaan, telah menunjukkan usaha yang berarti dalam memecahkan permasalahan. Disamping itu, karyawan juga dituntut untuk bersikap sopan dan peduli dalam menangani keluhan pelanggan. Hal ini dapat mencegah tingginya tingkat keluhan dari pelanggan.

4.4.5.2 Pengujian Hipotesis Kedua (H2)

Hipotesis kedua yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan prosedural yang dilakukan oleh perusahaan dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dari perhitungan yang telah dilakukan dengan bantuan program SPSS seperti pada Tabel 4.12 dengan tingkat signifikansi $\alpha=10\%$, didapatkan beberapa hal sebagai berikut:

- Koefisien untuk variabel keadilan prosedural (X2) adalah 0,245 (nilai positif) yang berarti bahwa variabel keadilan prosedural (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan (Y).
- Nilai t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel pada tingkat signifikansi $\alpha=10\%$ dan dari indikator digitalnya menunjukkan nilai probabilitas signifikansi 0,003. Hal ini berarti bahwa variabel keadilan prosedural (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan (Y).

Berdasarkan kedua pernyataan tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan prosedural dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan telah terbukti. Hal ini memberikan implikasi bahwa semakin tinggi tingkat keadilan prosedural yang dilakukan oleh perusahaan maka dapat meningkatkan tingkat kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dengan adanya kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan tersebut, maka hubungan jangka panjang antara

perusahaan dengan pelanggan dapat terjalin secara berkelanjutan yang dapat berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan.

Perusahaan dapat melakukan keadilan prosedural dengan baik, untuk itu diperlukan kecepatan dari karyawan perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan. Aspek lain yang perlu diperhatikan adalah memberikan kontrol keputusan dan kontrol proses kepada pelanggan atas permasalahannya. Pihak perusahaan juga perlu untuk memberikan kemudahan bagi para pelanggan dalam hal mengemukakan permasalahan yang diberikan pada perusahaan.

4.4.5.3 Pengujian Hipotesis Ketiga (H3)

Hipotesis ketiga yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dari perhitungan yang telah dilakukan dengan bantuan program SPSS seperti pada Tabel 4.12 dengan tingkat signifikansi $\alpha=10\%$, didapatkan beberapa hal sebagai berikut:

- Koefisien untuk variabel keadilan distributif (X3) adalah 0,210 (nilai positif) yang berarti bahwa variabel keadilan distributif (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan (Y).
- Nilai t hitung yang diperoleh lebih besar dari nilai t tabel pada tingkat signifikansi $\alpha=10\%$ dan dari indikator digitalnya menunjukkan nilai probabilitas signifikansi 0,006. Hal ini berarti bahwa variabel keadilan

distributif (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan (Y).

Berdasarkan kedua pernyataan tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan distributif dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan telah terbukti. Hal ini memberikan implikasi bahwa semakin tinggi tingkat keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan maka dapat meningkatkan tingkat kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dengan adanya kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan tersebut, maka hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan dapat terjalin secara berkelanjutan yang dapat berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan.

Keadilan distributif dapat dilakukan oleh perusahaan dengan baik, yaitu dengan adanya pemberian kompensasi (penggantian biaya) dari perusahaan dalam usaha penyelesaian permasalahan yang ada. Tindakan perbaikan dan koreksi yang terus-menerus terhadap pelayanan selanjutnya juga diperlukan, disamping permintaan maaf terhadap pelanggan atas kesalahan yang telah dilakukan oleh pihak perusahaan.

4.4.5.4 Pengujian Hipotesis Keempat (H4)

Hipotesis keempat yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan secara bersama-sama dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dari perhitungan yang

telah dilakukan dengan bantuan program SPSS seperti pada Tabel 4.12 dengan tingkat signifikansi $\alpha=10\%$, didapatkan beberapa hal sebagai berikut:

- Semua koefisien untuk variabel independen (keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif) adalah nilai positif yang berarti bahwa variabel independen berpengaruh positif terhadap variabel dependen (kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan).
- Nilai F hitung=132,044 lebih besar dari nilai F tabel=2,1457 dan dari indikator digitalnya menunjukkan nilai probabilitas signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa variabel independen berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

Berdasarkan kedua pernyataan tersebut diatas, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis keempat yang menyatakan bahwa terdapat terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan secara bersama-sama dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan telah terbukti. Hal ini memberikan implikasi bahwa semakin tinggi tingkat keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan secara bersama-sama maka dapat meningkatkan tingkat kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dengan adanya kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan tersebut, maka hubungan jangka panjang antara perusahaan dengan pelanggan dapat terjalin secara berkelanjutan yang dapat berdampak pada kelangsungan hidup perusahaan.

BAB V

SIMPULAN DAN IMPLIKASI KEBIJAKAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Simpulan yang dapat diberikan atas hipotesis 1 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan interaksional yang dilakukan oleh perusahaan dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan, dapat diterima. Hal tersebut ditunjukkan dengan tingkat signifikansi pada koefisien regresi dimana tingkat signifikansi variabel keadilan interaksional adalah 0,000 sementara syarat untuk signifikan adalah tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,10. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel keadilan interaksional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

Simpulan yang dapat diberikan atas hipotesis 2 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan prosedural yang dilakukan oleh perusahaan dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan, dapat diterima. Hal tersebut ditunjukkan dengan tingkat signifikansi pada koefisien regresi dimana tingkat signifikansi variabel keadilan prosedural adalah 0,003 sementara syarat untuk signifikan adalah tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,10. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel keadilan prosedural memiliki

pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

Simpulan yang dapat diberikan atas hipotesis 3 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan, dapat diterima. Hal tersebut ditunjukkan dengan tingkat signifikansi pada koefisien regresi dimana tingkat signifikansi variabel keadilan distributif adalah 0,006 sementara syarat untuk signifikan adalah tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,10. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel keadilan distributif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

Simpulan yang dapat diberikan atas hipotesis 4 yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan secara bersama-sama dengan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan, dapat diterima. Hal tersebut ditunjukkan dengan tingkat signifikansi pada koefisien regresi dimana tingkat signifikansi dari ketiga variabel independen adalah 0,000 sementara syarat untuk signifikan adalah tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,10. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif secara bersama-sama memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

5.2 Kesimpulan Masalah Penelitian

Penelitian ini disusun sebagai usaha untuk melakukan pengujian terhadap beberapa konsep mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Sesuai dengan uraian pada bagian awal yang mengemukakan adanya *research gap* yang mendasari penelitian ini telah dikembangkan sebagai masalah dalam penelitian (*research problem*) adalah: Apakah keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

Dalam penelitian ini diperoleh dukungan yang signifikan yang memperkuat konsep bahwa kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan dipengaruhi oleh keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif, seperti yang diungkapkan oleh Tax, Brown dan Chandrashekar (1998, p.61) dan Smith, Bolton dan Wagner (1999, p.358). Dari ketiga variabel yang berpengaruh, variabel keadilan interaksional paling berpengaruh terhadap variabel kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan, dibandingkan dengan variabel keadilan prosedural dan keadilan distributif. Berdasarkan hal tersebut, maka dikembangkan beberapa pernyataan yang didukung oleh bukti empiris bahwa tinggi rendahnya tingkat kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan dipengaruhi oleh tinggi rendahnya tingkat keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif yang dilakukan oleh perusahaan.

Berdasarkan hipopenelitian-hipopenelitian yang telah dikembangkan dalam penelitian ini, maka masalah penelitian yang telah diajukan dapat dijustifikasi melalui pengujian analisis regresi, dan dapat dikonsepskan serta didukung secara empiris, yaitu:

1. Keadilan interaksional berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.
2. Keadilan prosedural berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.
3. Keadilan distributif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan.

5.3 Implikasi Teoritis

Literatur-literatur yang menjelaskan tentang teori kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan telah diperkuat keberadaannya oleh konsep-konsep yang teoritis dan dukungan empiris mengenai hubungan keadilan interaksional, keadilan prosedural dan keadilan distributif terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan, dan dapat lebih dipertegas dengan penjelasan beberapa hal penting sebagai berikut:

- Kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh keadilan interaksional. Dengan demikian semakin tinggi tingkat keadilan interaksional yang dilakukan oleh karyawan perusahaan dalam memberikan

pelayanan dapat meningkatkan tingkat kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Hal tersebut telah membuktikan, memperkuat dan mendukung secara empiris teori hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Smith, Bolton dan Wagner (1999,p.366), yang menyatakan bahwa keadilan interaksional mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelayanan encounter pada restoran dan hotel yang dirasakan pelanggan dan hasil penelitian lain yang telah dilakukan oleh Mohr dan Bitner (1995,p.240), yang mengatakan bahwa keadilan interaksional merupakan usaha untuk menyelesaikan konflik yang dapat berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan. Dalam hal ini, aspek yang perlu diperhatikan adalah adanya sikap karyawan perusahaan yang memperlakukan pelanggan dengan sopan dan mampu memberikan penjelasan yang sebenarnya sehingga dapat menunjukkan bahwa perusahaan peduli dan berusaha dengan keras untuk menangani keluhan pelanggan.

- Kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh keadilan prosedural. Sehingga tinggi rendahnya keadilan prosedural akan berpengaruh pula terhadap tinggi rendahnya kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Dengan demikian, hal tersebut telah membuktikan, memperkuat dan mendukung secara empiris teori hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Smith, Bolton dan Wagner (1999,p.366), yang menyatakan bahwa keadilan prosedural mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap kepuasan pelayanan encounter pada restoran dan hotel yang dirasakan pelanggan. Semakin tinggi tingkat keadilan prosedural yang dilakukan perusahaan maka semakin tinggi juga tingkat kepuasannya. Penelitian lain yang juga dilakukan oleh Tax, Brown dan Chandrashekar (1998, p.63), mengatakan bahwa keadilan prosedural mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Untuk dapat melakukan keadilan prosedural dengan baik, pihak perusahaan harus memperhatikan kemudahan pelanggan dalam menyampaikan keluhan secara rinci (detail). Disamping itu, kecepatan perusahaan dalam menangani permasalahan tersebut juga harus diperhatikan. Untuk itu diperlukan adanya kemudahan penyesuaian prosedur penyelesaian masalah. Hal ini semua dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan atas keluhan yang diberikannya pada perusahaan.

- Kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan dipengaruhi secara positif oleh keadilan distributif. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat keadilan distributif akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan. Hal tersebut, telah membuktikan, memperkuat dan mendukung secara empiris teori hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Kelley, Hoffman dan Davis (1993,p.439), yang mengemukakan bahwa keadilan distributif berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan atas penanganan keluhan, karena keadilan distributif merupakan

hasil akhir penyelesaian dari penanganan keluhan pelanggan. Hal ini juga didukung dengan teori hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Tax, Brown dan Chandrashekar (1998, p.62), mengatakan bahwa keadilan distributif mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan dan juga telah menetapkan sekurang-kurangnya terdapat 17 standar peraturan dari keadilan distributif. Dalam usaha untuk memberikan keadilan distributif dapat difokuskan pada pemberian kompensasi (penggantian biaya) atas kerugian yang diterima oleh pelanggan. Selain itu, juga diperlukan sikap perusahaan yang terus menerus melakukan perbaikan dan koreksi atas pelayanannya dalam menangani keluhan. Dan yang lebih penting lagi, usaha permintaan maaf yang dilakukan oleh perusahaan terhadap pelanggan juga sangat diperlukan. Karena dengan meminta maaf dapat menunjukkan usaha perbaikan kesalahan pelayanan bukan hanya pada kerugian ekonomis saja, tetapi juga untuk memperbaiki kerugian secara emosional pelanggan.

5.4 Implikasi Kebijakan Manajerial

Implikasi kebijakan manajerial yang dapat dimunculkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pihak perusahaan perlu untuk mengevaluasi kembali atas keadilan yang diberikan kepada para pelanggan yang telah memberikan keluhan ke perusahaan selama ini, meliputi: keadilan interaksional (berhubungan dengan

perlakuan interpersonal selama prosedur pengaduan), keadilan prosedural (berhubungan dengan proses pengambilan keputusan) dan keadilan distributif (berhubungan dengan hasil keputusan).

2. Pihak perusahaan dapat melakukan prioritas kebijakan atas variabel-variabel teruji dalam penelitian ini yang dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Prioritas pertama adalah variabel keadilan interaksional.
- b. Prioritas kedua adalah variabel keadilan prosedural.
- b. Prioritas ketiga adalah variabel keadilan distributif.
- Keadilan interaksional dapat dilakukan oleh karyawan perusahaan dengan cara: menceritakan hal yang sebenarnya dan memberikan suatu penjelasan yang dapat diterima oleh pelanggan mengapa masalah tersebut dapat terjadi, memperhatikan dan berlaku dengan sopan dalam menangani permasalahan serta berusaha dengan keras untuk menyelesaikan permasalahan tersebut.
- Keadilan prosedural dapat dilakukan oleh karyawan perusahaan dengan cara: memberikan kebebasan untuk menerima atau menolak terhadap hasil penanganan permasalahan, memberikan kemudahan dalam mengemukakan permasalahan, memberikan kesempatan untuk menjelaskan permasalahan dan merespon dengan cepat dalam menangani permasalahan serta bersedia untuk menyesuaikan prosedur penanganan permasalahan.

- Keadilan distributif dapat dilakukan oleh karyawan perusahaan dengan cara: bersedia untuk memberikan biaya ganti rugi kepada pelanggan yang dirugikan, memperbaiki pelayanan dan mengoreksi setiap kesalahan yang telah dilakukannya serta bersedia untuk meminta maaf atas kesalahan tersebut.
2. Untuk meningkatkan kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan, perusahaan harus menunjuk dan memberikan wewenang kepada karyawan yang khusus menangani keluhan pelanggan. Sehingga karyawan tersebut dapat berguna untuk menjembatani antara keinginan pelanggan dengan kepentingan perusahaan.
 3. Perusahaan perlu untuk memberikan program pelatihan atau training bagi karyawan yang khusus menangani keluhan pelanggan baik internal maupun eksternal, misalnya training mengenai pelayanan pelanggan, pengambilan keputusan penyelesaian masalah dan kebijakan perusahaan yang berlaku. Hal ini dimaksudkan agar para karyawan lebih mengerti akan peran pentingnya sebagai *front line* perusahaan dan juga untuk menambah wawasan karyawan dalam menyikapi keluhan para pelanggan.
 4. Pihak perusahaan dapat menambah jumlah karyawan yang khusus menangani keluhan pelanggan apabila dirasa perusahaan menerima banyak keluhan baik pada jam kerja maupun setelah jam kerja. Hal ini dimaksudkan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan.

5. Perusahaan harus dapat memberikan kompensasi (penggantian biaya) yang sesuai dengan prosedur yang adil bagi kedua belah pihak, agar kepuasan pelanggan dapat tercapai dan bagi pihak perusahaan tidak mengalami kerugian, misalnya dalam hal perbaikan kesalahan pelayanan. Jika kepuasan pelanggan tidak tercapai maka kemungkinan besar pelanggan dapat merusak reputasi perusahaan dengan menyebarkan isu negatif kepada pelanggan lain.
6. Perusahaan perlu untuk membuat suatu prosedur operasional penanganan keluhan pelanggan, agar penanganan keluhan pelanggan menjadi seragam bagi setiap karyawan. Hal ini dapat dilakukan dengan membuat *flow chart* sehingga dapat memudahkan proses penanganan keluhan pelanggan.
7. Sehubungan dengan administrasi, perlu adanya pembukuan yang lebih rapi baik secara manual maupun komputer, sehingga data pelanggan yang memberikan keluhan dan tahapan penanganan keluhan yang sudah dilakukan dapat terus diupdate. Selain itu, juga perlu diberikan line nomor telepon dan faksimile yang tersendiri untuk memudahkan kegiatan operasional.
8. Pihak perusahaan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Untuk itu diperlukan media, meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis pada kantor pos dan menyediakan kartu (formulir) komentar yang dapat diisi oleh pelanggan.
9. Perusahaan harus lebih menanggapi setiap keluhan pelanggan dan berusaha dengan cepat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Dengan demikian

kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan dapat dicapai yang pada akhirnya dapat berpengaruh terhadap kesetiaan pelanggan pada perusahaan.

5.5 Keterbatasan Penelitian

Meskipun penelitian ini mampu membuktikan hipotesis yang dibangun, tetapi penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan-keterbatasan yang meliputi: responden yang diambil dalam penelitian ini hanya pada pengguna jasa “surat kilat khusus” yang sudah memberikan keluhan ke perusahaan. Penelitian ini hanya terbatas pada obyek penelitian PT. POS INDONESIA, Kantor Pos Semarang, Jawa Tengah, yang beralamatkan Jl. Pemuda No:4 Semarang, dengan jumlah sampel sebanyak 94 responden. Mengingat metode pengambilan data adalah melalui *mail survei*, maka kualitas data yang diberikan oleh responden relatif terbatas.

Jumlah variabel operasional dalam model relatif terbatas, yang sebenarnya masih ada beberapa variabel lain yang belum dimasukkan dalam model. Pada penelitian ini belum terlihat variabel kesetiaan pelanggan sebagai hasil akhir yang didapatkan apabila kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan sudah tercapai, karena terbatasnya waktu penelitian.

5.6 Agenda Penelitian Mendatang

Agenda penelitian mendatang yang perlu dilakukan untuk menyempurnakan penelitian ini, meliputi penambahan jumlah responden yang lebih banyak dari pengguna jasa “surat kilat khusus” yang sudah pernah memberikan keluhan. Perlu

untuk dilakukannya penelitian lebih lanjut pada obyek penelitian yang berbeda yang bukan dari perusahaan jasa, misalnya pada perusahaan manufaktur dengan dasar keilmuan yang sama. Hal ini direkomendasikan agar dapat teruji konsistensi teori yang telah dibangun pada penelitian ini. Sehubungan dengan kualitas data yang relatif terbatas, maka dalam agenda penelitian mendatang mungkin dapat dilakukan dengan metode wawancara agar didapatkan peningkatan kualitas data.

Untuk dapat memperoleh hasil yang lebih baik lagi disarankan untuk menambahkan variabel-variabel independen lain, seperti *disconfirmation* yang dapat mempengaruhi tingkat kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan dan menghubungkan variabel kepuasan atas penanganan keluhan pelanggan dengan variabel kesetiaan pelanggan sebagai hasil akhir. Mengingat penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif maka perlu ditambahkan dengan pendekatan secara kualitatif. Pengujian hipotesis yang diajukan dengan menggunakan alat analisis yang berbeda juga dapat menjadi agenda penelitian mendatang yang cukup menarik untuk memperkaya hasil penelitian ini.

DAFTAR REFERENSI

- Achrol, Ravi S., 1991, "Evolution of the Marketing Organization: New Forms for Turbulent Environments", **Journal of Marketing**, Vol.55 (Oktober), pp:77-93.
- Blodgett, J.G., Kirk L. Wakefield and James H. Barnes, 1995, "The Effects of Customer Service on Consumer Complaining Behavior", **Journal of Services Marketing**, Vol.9 Iss.4, pp:31-42.
- Blodgett, J.G. and Ronald D. Anderson, 2000, "A Bayesian Network Model of the Consumer Complaint Process", **Journal of Service Research**, Vol.2 Iss.4, May, pp:321-338.
- Blodgett, J.G., Donna J. Hill and Stephen S. Tax, 1997, "The Effects of Distributive, Procedural and Interactional Justice on Postcomplaint Behavior", **Journal of Retailing**, Vol.73 Iss.2, pp:185-210.
- Brady, M.K and J.J. Cronin Jr, 2001, "Customer Orientation: Effects on Customer Services Perceptions and Outcome Behaviors", **Journal of Services Research**, Vol.3 Iss.3, February, pp:241-251.
- Cooper, R. D. and Emory W. C., 1995, **Business Research Methods**, 5th ed, London, Richard D. Irwin, Inc.
- Devaraj, S., K.F. Matta and E. Conlon, 2001, "Product and Service Quality: The Antecedents of Customer Loyalty in The Automotive Industry", **Production and Operation Management**, Vol.10 Iss.4, pp: 424-437.
- Duffy, Jo A.M. and Alice A. Ketchand, 1998, "Examining The Role of Service Quality in Overall Service Satisfaction", **Journal of Manajerial Issues**, Vol.10 Iss.2, pp: 240-255.
- Elizabeth Lucky, 2000, "Pembentukan Customer Loyalty melalui Service Quality ditinjau dari Complain terhadap Jasa Armada Penjualan", **Usahawan**, No.08 Th XXIX, Agustus, pp.39-45.
- Fandy Tjiptono, 1996, "Kiat Menangani Keluhan Pelanggan", **Business News**, Ruang Strategi Usaha, No.13 TkVII, pp:1-4.

- Fornell, C., Michael D. Johnson, E.W. Anderson, Jaesung Cha and B.E. Bryant, 1996, "The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose and Findings", **Journal of Marketing**, Vol.60 Iss.4, October, pp:7-18.
- Gale, Bradly T., 1998, "Introduction to Customer Satisfaction, Loyalty and Value: Satisfaction is not Enough", **Marketing News**, pp:1-6.
- Gilliland, Stephen W., 1993, "The Perceived Fairness of Selection System: An Organizational Justice Perpective", **Academy of Management Review**, Vol.18 Iss.4, pp:694-734.
- Goodwin, Cathy and Ivan Ross, 1992, "Consumer Responses To Service Failures:Influence of Procedural and Interactional Fairness Perceptions", **Journal of Business Research**, Vol.25 Iss.2, pp:149-163.
- Greenberg, Jerald, 1990, "Looking Fair Versus Being Fair:Managing Impressions of Organizational Justice", **Research in Organizational Behavior**, Vol.12, pp:111-157.
- Gujarati, damodar, 1995, **Ekonometrika Dasar**, Erlangga, Jakarta.
- Hair Jr., Joseph F., Rolph E. Anderson, Ronald L. Tatham and William C. Black, 1996, **Multivariate Data Analysis**, Fifth Edition. Price-Hall International, Inc. New Jersey, United State.
- Harari, Oren, 1997, "Thank Heavens for Complaint", **Management Review**, Vol.86 Iss.3, pp:23-29.
- Hart, Christopher W. L., James L. Heskett and W. Earl Sasser Jr., 1990, "The Profitable Art of Service Recovery", **Harvard Business Review**, Vol.68 (July/Agustus), pp:148-156.
- Hurley, Robert F. and H. Estelami, 1998, "Alternatif Indexes for Monitoring Customer Perception of Service Quality: A Comparative Evaluation in a Retail Context", **Journal of Academy of Marketing Science**, Vol.26 Iss.3, pp: 209-221.
- Kelley, S.W., K. Douglas Hoffman and Mark A. Davis, 1993, "A Typology of Retail Failures and Recoveries", **Journal of Retailing**, Vol.69 Iss.4, pp:429-452.
- Kelley, S. W. and Mark A. Davis, 1994, "Antecedents to Customer Expectations for Service Recovery", **Journal of the Academy of Marketing Science**, Vol.22 Iss.1, pp:52-61.

- Masri Singarimbun dan Sofian Effendi, 1995, **Metode Penelitian Survei**, Pustaka LP3ES Indonesia, Jakarta.
- McFarlin, Dean B. and Paul D. Sweeney, 1992, "Distributive and Procedural Justice as Predictors of Satisfaction with Personal and Organizational Outcomes", **Academy of Management Journal**, Vol.35 Iss.3, pp:626-637.
- Mitchell, V.W., 1993, "Handling Consumer Complaint Information: Why and How?", **Management Decision**, Vol.31 Iss.3, pp:21-28.
- Mohr, Lois A. and Mary Jo Bitner, 1995, "The Role of Employee Effort in Satisfaction with Service Transactions", **Journal of Business Research**, Vol.32 Iss.3, pp:239-252.
- Oliver, Richard L. and John E. Swan, 1989, "Consumer Perceptions of Interpersonal Equity and Satisfaction in Transactions: A Field Survey Approach", **Journal of Marketing**, Vol.53 (April), pp:21-35.
- Parasuraman, A., Valerie A. Zeithaml dan L.L. Berry, 1988, "SERQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality", **Journal of Retailing**, Vol.4 (Spring), pp:12-40.
- Rao, Purba, 1996, **Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis**, The Asian Manager, February-March, pp:12-40.
- Reichheld, Fredrick F. and W. Earl Sasser, 1990, "Zero Defections: Quality Comes to Services", **Harvard Business Review**, Vol.68 (September/October), pp:105-111.
- Singgih Santoso, 2001, **SPSS Statistik Parametrik**, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Smith, Amy K., Ruth N. Bolton and Janet Wagner, 1999, "A Model of Customer Satisfaction with Service Encounters Involving Failure and Recovery", **Journal of Marketing Research**, Vol.36 (August), pp:356-372.
- Suharsimi Arikunto, 1998, **Manajemen Penelitian**, Rineka Cipta, Jakarta.
- Tax, Stephen S., Stephen W. Brown and Murali Chandrashekar, 1998, "Customer Evaluations of Service Complaint Experiences: Implications for Relationship Marketing", **Journal of Marketing**, Vol.62 (April), pp:60-76.

Taylor, Shirley, 1994, "Waiting for Service: The Relationship Between Delays and Evaluations of Service", **Journal of Marketing**, Vol.58 (April), pp: 56-59.

Zikmund, W.G., 1994, **Business Research Method**, Fourth ed., The Dryden Press, Harcourt College. Publisher.